

## **TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN DI CALZONE EKSPRESS CABANG KLITREN YOGYAKARTA**

Oleh: **Irma Fatmaningrum,**

Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

sachira\_aoyama@yahoo.co.id

**Dr. Mutiara Nugraheni**

Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

mutiara\_nugraheni@uny.ac.id

### **ABSTRAK**

Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta meliputi lima dimensi pelayanan, yaitu (1) *tangible*, (2) *reliability*, (3) *assurance*, (4) *emphaty*, dan (5) *responsiveness*. Jenis penelitian adalah survei. Populasi penelitian adalah semua pengunjung di Calzone Ekspres Cabang Klitren sebanyak 90 orang per hari. Ukuran sampel ditentukan menggunakan tabel Issac dan Michael dengan taraf signifikan 5%, yaitu 72 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei-Juli 2016. Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif. Hasil penelitian: tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dalam dimensi (1) *tangibles* adalah belum puas, 92.57%, (2) *reliability* adalah belum puas, 93.07%, (3) *emphaty* adalah belum puas, 92.47%, (4) *assurance* adalah belum puas, 92.96%, dan (5) *responsiveness* adalah belum puas, 92.55%. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta dapat disimpulkan masuk dalam kategori belum puas dengan rata-rata nilai tingkat kesesuaian mencapai 92.72%.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Pelayanan, Calzone Ekspres.

### ***THE LEVEL OF CONSUMER'S SATISFACTION ON SERVICE QUALITY AT CALZONE EKSPRESS KLITREN BRANCH, YOGYAKARTA***

#### **ABSTRACT**

*The research aims to find out the level of consumer satisfaction towards the services in Klitren branch of Calzone Ekspres Yogyakarta covering five dimensions of service, (1) tangible, (2) reliability, (3)assurance (4) emphaty, and (5) responsiveness. This type of research is a survey. The population of the research was all the visitors in the Klitren branch of Calzone Ekspres Yogyakarta as many as 90 people per day. The sample size was determined using table Issac and Michael with a significant level of 5%, i.e. 72 people. Sampling technique used was accidental sampling. Data retrieval is performed in May-July 2016. Data analysis was done with a descriptive analysis. Research results: the level of consumer satisfaction against the Ministry in dimension (1) the tangibles are not satisfied, 92.57%, (2) reliability is not satisfied, 93.07%, (3) are not satisfied, emphaty 88.94%, (4) assurance is not satisfied, 90.01%, and (5) responsiveness is not satisfied, 93.75%. Consumer satisfaction towards the services in Klitren branch of Calzone Ekspres Yogyakarta can be summed up in a category entry is not yet satisfied with the average level of conformity reached 92.72%.*

*Keywords: Customer satisfaction, Service, Calzone Ekspres*

## PENDAHULUAN

Usaha kuliner adalah usaha yang menjanjikan. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk semakin bertambah dan tidak semua mampu untuk melakukan kegiatan memasak. Keterbatasan waktu, banyaknya kesibukan serta gaya hidup mempengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan pembelian makan. Sekarang ini, banyak usaha kuliner yang merebak di berbagai kota, tidak terkecuali Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar.

Jumlah pelajar di Kota Yogyakarta mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tahun 2011 – 2015 jumlah siswa adalah 82.631, 80.241, 82.500, 88.198, 89.809 (BPS D.I.Yogyakarta 2015). Data tersebut belum termasuk data mahasiswa perguruan tinggi.

Banyaknya jumlah pelajar di Kota Yogyakarta merupakan peluang bagi seorang pengusaha. Terutama bagi pengusaha kuliner yang selalu dicari oleh konsumen dalam rangka memenuhi kebutuhan akan makan. Masing-masing pengusaha kuliner berlomba dalam rangka memenangkan jumlah konsumen. Salah satu cara untuk mendapatkan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Pelayanan merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan dalam penjualan barang dan jasa. Bagi organisasi yang berorientasi layanan, *service excellence* merupakan prioritas strategik dan diyakini

berdampak signifikan pada terciptanya nilai superior, kepuasan pelanggan, keunggulan bersaing, pertumbuhan bisnis, dan profitabilitas (Fandy Tjiptono, 2005: 45). Kotler & Keller (2008) mengartikan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan (hasil) terhadap harapan-harapan mereka". Kepuasan juga berarti suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan produk barang atau jasa ketika harapan dan kebutuhan terpenuhi (Daryanto, 2014:37). Salah satu usaha kuliner yang selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dan menerapkan ciri khas menarik dalam mempresentasikan produk adalah Calzone Ekspres.

Calzone Ekspres merupakan salah satu usaha kuliner yang menyajikan aneka pizza di Kota Yogyakarta. *Pizza* yang ada di Calzone Ekspres disajikan dalam keadaan dilipat dengan isian berada di tengah sehingga mirip seperti pastel, hanya saja ukurannya lebih besar. Hal ini sesuai dengan nama yang diusung, yaitu *calzone* yang berarti *pizza* lipat. Usaha kuliner ini berdiri pada tanggal 28 Oktober 2011. Pendiri usaha kuliner ini adalah Yoga dan Galih Pratama. Calzone

Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Fandy Tjiptono (2005: 210) mengidentifikasi empat metode untuk

mengukur kepuasan konsumen, yaitu sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customers analysis* dan survei kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode survei pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Fandy Tjiptono (2005: 132-133) menyusun beberapa faktor atau dimensi yang menjadi penentu kualitas jasa. Dimensi tersebut antara lain:

- 1) *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- 2) *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- 3) *Reliability*, artinya konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya.
- 4) *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan karyawan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- 5) *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
- 6) *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respect, perhatian dan keramahan yang dimiliki karyawan.
- 7) *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
- 8) *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

9) *Understanding/knowing the customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

10) *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.

Selanjutnya dari ke-sepuluh dimensi tersebut dirangkum menjadi lima dimensi pokok, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness* dan *Emphaty*. Dimensi *tangible* meliputi fasilitas, interior bangunan dan penampilan karyawan, dimensi *reliability* meliputi keandalan untuk menyampaikan informasi secara jelas kepada konsumen dan kebersihan produk, dimensi *assurance* meliputi jaminan terhadap keamanan produk dan lingkungan. Tidak lupa juga dimensi *emphaty* yang meliputi peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen dan dimensi *responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat.

Hasil wawancara dengan *Store Manager* dari Cabang Klitren, Yustinus Pujo, bliau menjelaskan secara terbuka bahwa timnya masih terus berupaya memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Masih banyak kekurangan dalam pemberian pelayanan seperti kurangnya fasilitas *wifi*, sempitnya lahan parkir terutama untuk kendaraan roda 4, kebersihan outlet, waktu penyajian produk yang kadang masih lama, ketersediaan

menu untuk dipesan dan keramahan pelayan. Selain itu beliau juga menginformasikan bahwa selama didirikannya Cabang Klitren ini belum ada survei khusus yang bertujuan mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan.

Berdasarkan wawancara seperti yang dijelaskan pada paragraf sebelumnya serta hasil observasi awal peneliti, dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang ada belumlah maksimal. Meskipun begitu, konsumen terus berdatangan bahkan ada beberapa yang menjadi pelanggan tetap. Kesenjangan atau *gap* ini membuat peneliti tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang ada di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta.

Tujuan penelitian adalah mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta dari dimensi (1) bukti fisik (*tangibles*), (2) Kendalan (*reliability*), (3) jaminan (*assurance*), (4) empati (*emphaty*), dan (5) ketanggapan (*responsiveness*).

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah survei. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut,

sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologi maupun psikologi (Sugiyono, 2004: 7).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan program pengolahan data (SPSS). Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program pengolahan data tersebut disajikan dalam bentuk diagram dan diinterpretasikan dalam bentuk kalimat.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian dimulai dari bulan Januari sampai Juli 2016 di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta.

### **Populasi/Sampel**

Populasi penelitian adalah konsumen yang berkunjung di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta sebanyak 90 orang. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan tabel Issac dan Michael dengan taraf signifikan 5%, yaitu 72 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

### **Data, Instrumen, dan Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di *scoring* (angka). Data tersebut kemudian diolah menggunakan analisa tingkat kesesuaian dan dimasukkan ke dalam kategori yang telah ditentukan.

### **Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsimi Arikunto, 2002: 136). Instrumen penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sehubungan dengan dimensi pelayanan dengan pemberian skor menggunakan skala likert.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kuesioner atau angket merupakan alat pengumpulan data yang memuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh subjek penelitian (Endang, 2013: 28). Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan perilaku subjek penelitian yang dilakukan secara sistematis (Endang, 2013: 26). Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang dilakukan secara lisan (Endang, 2013: 32).

### **Teknik Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Sebelum kuesioner penelitian digunakan dalam penelitian yang sesungguhnya, harus di uji terlebih dahulu. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan bantuan program

SPSS versi 16,0 *for windows*. Adapun kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan valid adalah jika  $r_{hitung}$  sama dengan atau lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%. Sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka instrumen yang dimaksud tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas instrument yang telah dilakukan terhadap 30 konsumen, maka diketahui instrumen berjumlah 50 butir, 9 butir dinyatakan tidak valid sehingga dihilangkan dan total pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 butir. Tingkat reliabilitas kualitas pelayanan dari kategori harapan dan kenyataan masing-masing adalah 0,988 dan 0,969 keduanya pada kategori sangat kuat sehingga *reliable* untuk digunakan.

#### **Uji Analisis**

##### **Analisis data hasil dari angket**

Analisis tingkat kepuasan konsumen dihitung menggunakan analisis tingkat kesesuaian. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Supranto, 2011: 239-241).

$$Tki = \frac{x}{y} \times 100\%$$

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kenyataan

Yi = Skor penilaian harapan

### Analisis Pengkategorian Penilaian

Hasil dari perhitungan tingkat analisis kesesuaian dapat dikategorikan sebagai berikut:

Tabel 1. Skala penilaian dan Kategori

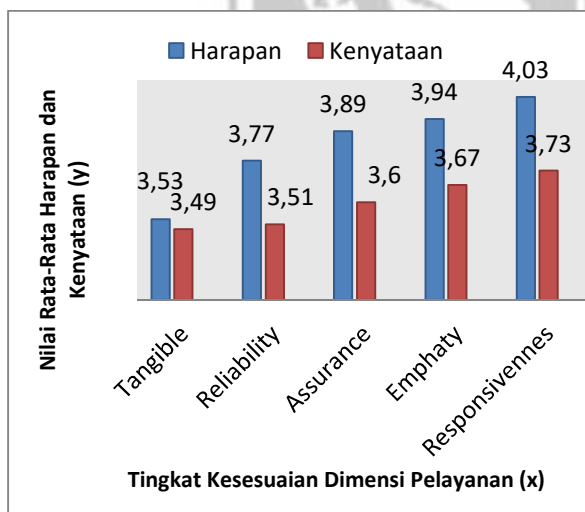
Rentang Nilai (%)	Kategori
> 100	Sangat Puas
= 100	Puas
>100	Belum Puas

(Noor Wahyuni, 2014)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Data kepuasan konsumen terhadap pelayanan diperoleh melalui kuesioner dengan 40 butir pertanyaan dan 72 responden yang kemudian diolah dengan menggunakan Ms.Excel dan hasilnya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Diagram Tingkat Kesesuaian Nilai Rata-rata Harapan dan Kenyataan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta

Gambar di atas menunjukkan adanya kesenjangan harapan dan kenyataan dimensi yang diteliti. Memperkuat hasil penelitian,

berikut hasil perhitungan dari tingkat kesesuaian setiap dimensi pelayanan:

Tabel 2. Rata-Rata Tingkat Kesesuaian

DIMENSI	TKi (%)
1. <i>Tangible</i> (Berwujud)	92.57
2. <i>Reliability</i> (keandalan)	93.07
3. <i>Assurance</i> (Jaminan)	92.47
4. <i>Emphaty</i> (Empati)	92.96
5. <i>Responsivennes</i> (Cepat Tanggap)	92.55
Total	683.62
<b>Rata-Rata</b>	<b>92.72</b>

Masing-masing dimensi menunjukkan nilai rata-rata di bawah 100%. Sesuai dengan kategori Noor Wahyuni (2014), tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta masuk dalam kategori belum puas.

### Pembahasan

Hasil dari penelitian ini yaitu kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta masuk dalam kategori belum puas dengan rata-rata tingkat kesesuaian seluruh dimensi 92.72%. Hal ini menunjukkan ada beberapa harapan konsumen yang belum terpenuhi pada masing-masing dimensi yang diteliti.

### *Tangibles*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dimensi *tangibles* diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian 92.57%. Hal tersebut menunjukkan bahwa

konsumen merasa belum puas. Adapun nilai terendah terdapat pada item ke-empat yang membahas mengenai luas dan amannya lahan parkir. Konsumen menginginkan lahan parkir yang lebih luas lagi. Namun melihat lahan yang tersedia, maka perluasan lahan parkir sangat sulit untuk dilakukan. Salah satu cara untuk mengantisipasi adalah dengan mengatur kendaraan sedemikian rupa hingga terlihat rapi sehingga diharapkan mampu menampung kendaraan lebih banyak lagi.

### **Reliability**

Kepuasan konsumen dimensi *reliability* diperoleh nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 93.07%. Nilai terendah terdapat pada item ke-dua belas yang membahas mengenai *front-liner* yang menginformasikan menu *sold-out* sebelum konsumen memilih menu. Mungkin ada beberapa *front-liner* yang belum melaksanakan prosedur ini, sehingga ada beberapa konsumen yang merasa kecewa saat mengetahui menu yang ia pilih tidak tersedia tanpa ada informasi terlebih dahulu.

### **Assurance**

Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dimensi *Assurance* (jaminan) diperoleh nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 92.47%. Perlu adanya peningkatan terhadap pelayanan terkait penggunaan bahan yang segar dan berkualitas baik karena hal ini memperoleh nilai terendah dalam penelitian dimensi *assurance*.

### **Emphaty**

Kepuasan konsumen terhadap kualitas dimensi *emphaty* diperoleh nilai rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 92.96%. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, nilai terendah terdapat pada item ke dua puluh empat yang membahas mengenai perhatian individual oleh *front-liner* kepada konsumen. Hal ini menunjukkan rendahnya sikap perhatian *front-liner* dalam melayani konsumen, sehingga diharapkan kedepannya *front-liner* meningkatkan perhatian individual ini dengan cara melakukan *eye contact* dengan konsumen saat sedang melayani. Hal lain yang dapat dilakukan adalah dengan menyebutkan nama konsumen saat melakukan *repeat order*.

### **Responsiveness**

Kepuasan konsumen dalam dimensi *responsiveness* memperoleh rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 92.55%. Item yang memperoleh nilai terendah dalam dimensi ini adalah item yang membahas mengenai kesiapan waktu pesanan. Saat melakukan pelayanan order menu, *front liner* tidak memberitahukan secara pasti kapan pesanan akan siap.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irene Bayu Permatasari (2014) yang meneliti beberapa hal, diantaranya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Waduk Gajah Mungkur. Adapun hasil dari penelitian tersebut ada pada kecenderungan

negative (belum puas). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2014) yang meneliti tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Grand Puri Park Bantul, menyatakan 28% konsumen masuk dalam kategori kurang puas.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka kepuasan pelayanan sedikit sulit untuk dipenuhi secara maksimal. Harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang akan ia terima sangat tinggi, dan kenyataan yang ia terima tidak selalu sesuai harapan. Oleh karenanya, hal ini perlu mendapat perhatian khusus. Pelayanan kepada konsumen perlu ditingkatkan lagi untuk mencapai keberhasilan usaha jangka panjang. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Danang Sunyoto (2013: 04), bahwa keberhasilan usaha dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh kemampuan pengelola usaha tersebut untuk memuaskan konsumennya.

Jika kepuasan konsumen dapat terealisasi dengan baik, maka bukan hal yang mustahil jika konsumen tersebut akan kembali lagi dan berubah menjadi pelanggan. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan berkomentar positif (Supranto, 2011: 233-234).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui analisis data dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa semua dimensi pelayanan yang diteliti masuk dalam kriteria belum puas dengan rincian sebagai berikut: (1) dimensi *tangible* 92.57%; (2) dimensi *reliability*, 93.07%; (3) dimensi *emphaty*, 92.47%; (4) dimensi *assurance*, 92.96%; dan (5) dimensi *responsiveness*, 92.55%.

### Saran

Melihat kesimpulan yang masuk dalam kriteria belum puas, peneliti menyarankan kepada pihak Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta agar meningkatkan kepuasan pelanggan melalui:

Pada dimensi *tangible*, yaitu agar meningkatkan keamanan parkir dan kerapian kendaraan yang ada. Sedangkan dalam dimensi *reliability*, yaitu *front-liner* agar selalu memberitahu konsumen mengenai *sold-out menu* sebelum konsumen menentukan pilihan menu. Pada dimensi *assurance*, yaitu agar penggunaan bahan segar dan berkualitas baik terus dilakukan.

Adapun dalam dimensi *emphaty*, yaitu *front-liner* agar meningkatkan pelayanan individual seperti melakukan *eye contact* serta memperhatikan konsumen lebih seksama. Pada dimensi *responsiveness*, yaitu *front-liner* agar selalu memberitahukan kapan pesanan akan siap.



Pihak manajemen Calzone Ekspres Cabang Klitren Yogyakarta perlu membuat alasan-alasan yang dapat menarik pengunjung untuk datang kembali. Salah satu cara yang menurut peneliti dapat dilakukan adalah dengan memperbanyak pengadaan promo, diskon atau melakukan promosi lebih giat, baik di media *on-line* ataupun *off-line*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Danang Sunyoto. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta. Gava Media.
- Endang Mulyatiningsih. 2013. *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Irene Bayu Permatasari. 2014. *Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pelayanan Dan Produk Makanan Di Objek Wisata Waduk Gajah Mungkur Kabupaten Wonogiri*. Skripsi. Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1. Jakarta. Erlangga.
- Noor Wahyuni. (2014). *GAP Analysis*. Diakses dari <http://qcm.binus.ac.id.html>. pada tanggal 19 Oktober 2016, Jam 12.05 WIB.
- Riyanto. 2014. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Grand Puri Water Park Bantul*. Skripsi. Ilmu Keolahragaan, Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta.
- Tim BPS (Badan Pusat Statistik) D.I.Yogyakarta (2015). *Kepadatan Penduduk menurut Kabupaten/ Kota di D.I.Yogyakarta, 2011-2015*. Diakses dari <http://yogyakarta.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/10> pada tanggal 04 Agustus 2016, jam 20.58 WIB.