

INTERNAL SERVICE QUALITY PADA SMA DI KECAMATAN RONGKOP DAN KARANGMOJO KABUPATEN GUNUNGKIDUL

Oleh: Rinto Bayu Wibowo
SMKN 1 Ngawen Gunungkidul

ABSTRACT: *SERVQUAL model developed by Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) has been widely used to measure external customer satisfaction, but the models to measure internal customer satisfaction in the field of education in Indonesia is still rarely done, so in this study the internal customer satisfaction measurement will be done using ISQ models (Internal Service Quality) in the field of educational services.*

This study aims to assess the internal customer perceptions of a high school internal quality services with ISQ models in the district Rongkop and Karangmojo, this study also aims to identify differences in perceptions of internal customers in the education services with ISQ dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible,) based on personal characteristics (highschool status, profession, job tenure, and gender) as schools demographics in the Rongkop and Karangmojo district. This type of research is descriptive quantitative research methods, data collection using 22 ISQ item questionnaire, survey instruments were adopted based on SERVQUAL dimensions (reliability, responsiveness, assurance, empathy and tangible).

The results showed that perceptions of internal customers in SMA 1 Rongkop, SMA Muhammadiyah Rongkop, SMA 1 Karangmojo and SMA Pembangunan Karangmojo achieve the lowest mean score on the dimensions of reliability (4.01), whereas the highest scores on the dimensions of assurance (4.19). There is no statistically significant difference in the perception of reliability dimension with all personal characteristics. There is a statistically significant difference in the perception of responsive dimension with the work period personal characteristics. The internal customer perception of assurance dimension have a significantly differences with high school status personal characteristics. There is statistically significant differences in the perceptions of empathy dimensions on personal characteristics job tenure while the other personal characteristics doesn't make any difference. In the tangible dimension, there is statistically different perceptions of internal customers on personal characteristics of respondents profession, but there was no difference for the other personal characteristics in this dimension.

Keyword: *Educational Services, ISQ, SERVQUAL*

Pendahuluan

Layanan jasa berdasarkan konsep *service marketing*, menempatkan sekolah sebagai *provider* atau penyedia layanan. *Customer* atau pelanggan dalam sekolah dibagi menjadi 2 yaitu pelanggan internal

dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal terdiri dari guru dan karyawan di dalam instansi sekolah sedangkan pelanggan eksternal adalah siswa. Sebagai *provider* maka sekolah berkewajiban memberikan layanan yang prima dan

dapat memuaskan pelanggan baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Kepuasan pelanggan eksternal akan sangat tergantung kepada kepuasan pelanggan internal, oleh sebab itu, sekolah sebagai penyedia layanan jasa pendidikan harus mampu memberikan *service* yang memuaskan dan membangun hubungan yang baik terlebih dahulu terhadap pelanggan internal atau karyawannya, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan jasa eksternal. Handayani (2011) dalam penelitiannya menyampaikan bahwa kualitas layanan internal berpengaruh terhadap *service capability* yang menyebabkan meningkatnya kualitas layanan eksternal.

Konsep kepuasan pelanggan di sektor bisnis dan *marketing* sudah lama dikenal, Parasuraman, Zeithaml dan Berry merupakan tokoh-tokoh yang memperkenalkan model SERVQUAL (*Service Quality*) untuk mengukur kepuasan pelanggan eksternal terhadap layanan jasa maupun sebuah produk dari perusahaan. Namun dalam penelitian ini pengukuran kepuasan akan dilakukan pada pelanggan internal dengan menggunakan model ISQ (*Internal Service Quality*) di bidang layanan jasa pendidikan, yaitu di sekolah, mengingat bahwa kepuasan pelanggan internal dalam hal ini guru dan karyawan sangat penting untuk dicapai terlebih dahulu sehingga dapat memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggan eksternal yaitu siswa. Dimensi yang digunakan dalam ISQ ini, mengadopsi model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Kelima dimensi tersebut telah menjadi parameter baku yang dapat digunakan dalam ISQ dan banyak

digunakan oleh banyak peneliti dalam bidang *service marketing* untuk mengukur kualitas jasa seperti yang dilakukan oleh Elshamen (2012) dan Rachmat (2012).

Internal Marketing

Dalam sebuah organisasi jasa, karyawan merupakan *frontliner* yang berhadapan langsung dengan pelanggan eksternal. Mengingat peranan karyawan tersebut maka karyawan bisa disebut sebagai tulang punggung organisasi, oleh sebab itu, karyawan sangat perlu untuk dididik, di motivasi dan dikelola dalam sebuah organisasi dengan berbagai cara untuk mendukung kinerja organisasi yang kompetitif. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka organisasi sangat perlu untuk mengadopsi konsep internal marketing. Konsep ini dipilih dengan tujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul karena rendahnya mutu dalam penyampaian layanan. Organisasi dalam konsep ini harus bekerja keras agar karyawan yang dimilikinya mencintai merk atau *brand* organisasi atau perusahaan tempat mereka bekerja. Mishra (2010) juga menggaris bawahi bahwa *internal marketing* sangat memperhatikan dan memperlakukan karyawan tidak hanya sebagai pelanggan namun juga organisasi harus mempunyai kemauan untuk membuat program dan strategi untuk mengembangkan dan meningkatkan kepuasan karyawan sebagaimana perlakuan yang sama dilakukan pada pelanggan eksternal. Membahas sebuah kajian tentang ISQ tidak dapat lepas dari kajian mengenai *internal marketing*. Konsep *internal marketing* merupakan pendekatan yang relatif masih baru dan masih dikaji oleh peneliti serta diadopsi pihak perusahaan

dalam rangka meningkatkan kualitas produk dan jasa serta meningkatkan performa dari perusahaan itu sendiri (El Shamen, 2012).

Jasa

Kotler (2000), mendefinisikan jasa sebagai tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Berdasarkan pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa jasa atau *service* adalah aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi pemerintah atau swasta dalam rangka menyediakan kebutuhan publik dalam bentuk non produk fisik atau *intangible* yang dikonsumsi saat diproduksi serta mampu menghasilkan sebuah kenyamanan atau kepuasan di pihak konsumen. Jasa mempunyai karakteristik lain dari barang atau produk, menurut Tjiptono (2011), jasa mempunyai karakteristik *Intangibility, Heterogenity / variability / Inconsistency, Inseparability, dan Perishability*.

Internal Service Quality (ISQ)

ISQ menurut Heskett (1994) adalah sebuah perilaku saling melayani antar pegawai di sebuah organisasi. Konsep *ISQ* ini muncul berdasarkan konsep *internal marketing* yang memandang pegawai merupakan pelanggan internal yang dilayani oleh divisi atau unit kerja lain dalam sebuah organisasi. *ISQ* sendiri dalam perkembangannya masih sangat terbatas oleh literatur sehingga dimensi yang diambil biasanya mengadopsi dari skala SERVQUAL (Parasuraman *et all.*, 1988) atau mengadopsi skala SERVPERF

(Cronin 1992). Beberapa peneliti mencoba untuk memodifikasi dimensi untuk diterapkan dalam *ISQ*, seperti yang dilakukan oleh Dhurup (2012) dengan menghilangkan dimensi *responsiveness* dan menambahkan *competence, credibility* dan *preparedness* dan dia merekomendasikan untuk bisa menerapkan *ISQ* dengan mengadopsi dimensi SERVQUAL kemudian disesuaikan dengan lokasi penelitian. Hal tersebut perlu dilakukan sehingga dapat ditemukan suatu alat untuk mengukur, mengevaluasi dan meningkatkan kualitas jasa layanan.

Kepuasan Pelanggan Internal

Tujuan utama dalam layanan jasa adalah kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen atau pelanggan jasa. Adapun kepuasan pelanggan internal mempunyai pengertian perbandingan antara harapan yang diinginkan seorang karyawan dengan yang diterima sendiri oleh karyawan dalam sebuah instansi (Rachmat: 2012). Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat diambil suatu pemahaman, bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan internal dalam penelitian ini adalah tingkat perasaan guru dan karyawan setelah membandingkan layanan pendidikan yang diharapkannya dengan layanan pendidikan yang diperoleh dari sekolah melalui kinerja layanan yang diberikan di setiap komponen atau bagian yang ada di sekolah.

SERVQUAL

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan eksternal atas jasa yang diterimanya adalah model SERVQUAL.

Metode pengukuran kepuasan terhadap layanan jasa ini termasuk salah satu cara dimana pelanggan eksternal diminta untuk menilai tingkat harapan mereka terhadap atribut tertentu dan juga tingkat yang mereka rasakan. Metode yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) ini, khusus digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan eksternal atas jasa yang diberikan. Metode ini menggunakan *user based-approach*, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa. Layanan jasa menurut Zeithaml, *et al.* (2009) memiliki 5 dimensi yaitu: *reliability, responsive, assurance, empathy, dan tangible*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan basis data hasil penghitungan skala sikap yang kemudian digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena atau kejadian secara lebih mendalam.

Populasi pada penelitian ini yaitu anggota internal sekolah yang terdiri dari kelompok guru dan karyawan di SMA 1 Rongkop, SMA Muh Rongkop, SMA 1 Karangmojo dan SMA Pembangunan Karangmojo. Teknik pengambilan sampel dengan area sampling dan sampel berjumlah 150 orang.

Data primer diperoleh dari hasil penyebaran dan pengembalian angket sedangkan data sekunder yang mendukung diperoleh dari database sekolah dan situs resmi pemerintah kabupaten Gunungkidul.

Sebelum data diperoleh dari lapangan, instrumen terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas

instrumen diuji menggunakan *pearson product moment* (r) dan menghasilkan 22 item pertanyaan ISQ yang dinyatakan valid. Metode *cronbach alpha* digunakan untuk mengukur reliabilitas atau kehandalan instrumen untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji reliabilitas diperoleh skor *Cronbach alpha* yaitu 0,896 melebihi ketentuan yang dianjurkan yaitu 0,6 dan mendekati 1 (El Shamen, 2012). Dengan demikian instrumen cukup handal digunakan untuk penelitian. Data yang digunakan untuk penelitian dianalisis menggunakan uji beda (*t test*) dan anova satu jalur (*one way anova*) untuk mengetahui perbedaan persepsi berdasarkan faktor demografi atau karakteristik personal status SMA, profesi, masa kerja dan gender pada dimensi ISQ (*reliability, responsive, assurance, empathy dan tangible*).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

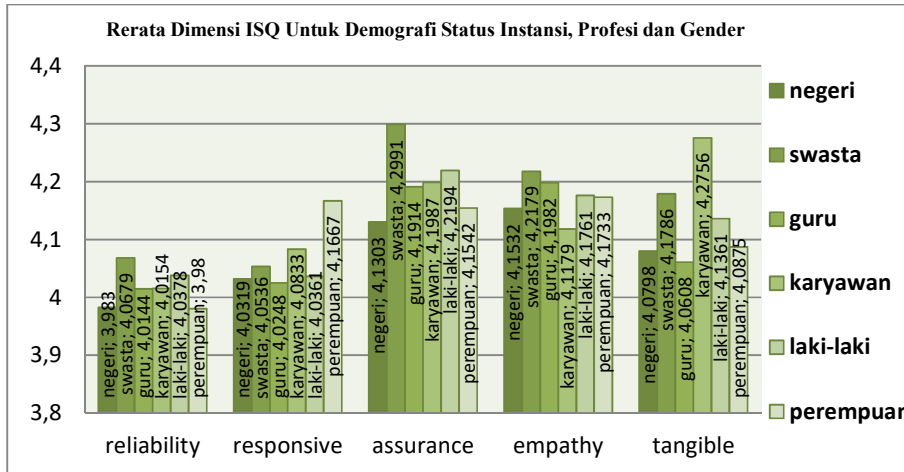
Berdasar surat ijin penelitian yang telah diterbitkan pemerintah daerah Gunungkidul maka proses pengambilan data dapat dilaksanakan mulai tanggal 23 Mei 2013 sampai dengan tanggal 23 Agustus 2013. Kuisisioner yang disebar sejumlah 160 dan kembali sejumlah 158. Kuisisioner rusak atau tidak dapat digunakan ada 8 kuisisioner, dimana pertanyaan yang diajukan tidak sepenuhnya dijawab dan isian identitas responden diabaikan saat pengerjaan kuisisioner, sehingga jumlah kuisisioner yang dapat digunakan sejumlah 150.

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan maka profil data responden dapat diketahui guru dan karyawan di SMA negeri sejumlah 94 orang sedangkan swasta 56 orang, responden dengan profesi guru sejumlah 111 orang dan karyawan 39

orang, jumlah responden yang mempunyai masa kerja 0-5 tahun sejumlah 43 orang, 6-10 tahun sejumlah 42 orang, 11-15 tahun sejumlah 20 orang, 16-20 tahun sejumlah 13 orang, dan lebih dari 20 tahun sejumlah 32 orang, sedangkan jika dilihat dari jenis

kelamin maka jumlah responden laki-laki sejumlah 84 orang dan responden perempuan sejumlah 66 orang.

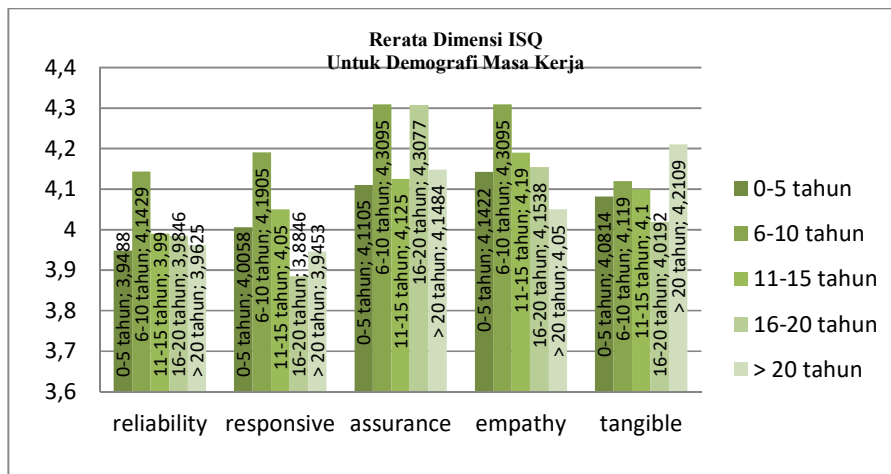
Berdasar data yang diolah maka di dapat rerata dengan tingkatan seperti yang digambarkan oleh grafik berikut ini.



Gb.1. Grafik Rerata dimensi ISQ untuk demografi Status SMA, Profesi dan Gender (sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2013).

Gambar 1 menunjukkan, dimensi *reliability* mempunyai kecenderungan dipersepsikan lebih rendah dari dimensi yang lain baik dari demografi status SMA, profesi maupun gender, sedangkan dimensi *assurance* dipersepsikan lebih

tinggi dibandingkan dengan dimensi layanan jasa yang lain. Sedangkan berdasarkan demografi masa kerja gambaran persepsi pelanggan internal terhadap layanan jasa pendidikan dapat dilihat dalam Gambar 2 berikut:



Gb.2. Grafik Rerata Dimensi ISQ Untuk Demografi Masa Kerja (Sumber: Hasil Olahan Data Primer, 2013).

Berdasarkan Gambar 3.2 tersebut, diketahui bahwa kecenderungan rendahnya persepsi pelanggan internal berdasarkan masa kerja terhadap dimensi *reliability* juga mengalami fenomena yang

sama dengan faktor demografi yang lain. Bahkan tingginya persepsi pelanggan internal terhadap dimensi *assurance* juga mempunyai kecenderungan yang sama pada demografi masa kerja ini.

Tabel 1. Uji Hipotesis Berdasar t Test

No	Dimensi	Karakteristik personal		N	Rerata	Sig (2tailed)	ket	Hipotesis
1.	<i>Reliability</i>	Status SMA	Negeri	94	3,9830	0,248	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Swasta	56	4,0679			
		Profesi	Guru	111	4,0144	0,990	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Karyawan	39	4,0154			
		Gender	Laki-laki	90	4,0378	0,426	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Perempuan	60	3,9875			
2	<i>Responsive</i>	Status SMA	Negeri	94	4,0319	0,790	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Swasta	56	4,0536			
		Profesi	Guru	111	4,0248	0,513	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Karyawan	39	4,0833			
		Gender	Laki-laki	90	4,0316	0,903	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Perempuan	60	4,0458			
3	<i>Assurance</i>	Status SMA	Negeri	94	4,1303	0,024	Ada beda	Ho ditolak
			Swasta	56	4,2991			
		Profesi	Guru	111	4,1914	0,930	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Karyawan	39	4,1987			
		Gender	Laki-laki	90	4,2194	0,380	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Perempuan	60	4,1542			
4	<i>Empathy</i>	Status SMA	Negeri	94	4,1532	0,340	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Swasta	56	4,2179			
		Profesi	Guru	111	4,1982	0,283	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Karyawan	39	4,1179			
		Gender	Laki-laki	90	4,1511	0,328	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Perempuan	60	4,2167			
5	<i>Tangible</i>	Status SMA	Negeri	94	4,0798	0,235	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Swasta	56	4,1786			
		Profesi	Guru	111	4,0608	0,018	Ada beda	Ho ditolak
			Karyawan	39	4,2756			
		Gender	Laki-laki	90	4,1361	0,554	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			Perempuan	60	4,0875			

Sumber: Data primer yang diolah SPSS versi 18, 2013.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui adanya disparitas pada dimensi *assurance* untuk demografi status SMA dan gender serta pada dimensi *tangible* untuk demografi profesi. Namun setelah dilakukan uji t maka diperoleh informasi adanya perbedaan secara statistik untuk

dimensi *assurance* berdasarkan status SMA (*sig 2 tailed*: 0,024) < 0,05 dan pada dimensi *tangible* berdasarkan profesi (*sig 2 tailed*: 0,018) < 0,05. Sedangkan berdasar analisis anova maka penelitian ini menemukan data hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Tabel Uji Hipotesis Berdasar *one way anova*

No	Dimensi	Karakteristik personal	N	Rerata	Sig	ket	Hipotesis	
1.	<i>Reliability</i>	Masa kerja	0-5 tahun	43	3,9488	0,265	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			6-10 tahun	42	4,1429			
			11-15 tahun	20	3,9900			
			16-20 tahun	13	3,9846			
			20 >	32	3,9625			
2	<i>Responsive</i>	Masa kerja	0-5 tahun	43	4,0058	0,134	Ada beda	Ho ditolak
			6-10 tahun	42	4,1905			
			11-15 tahun	20	4,0500			
			16-20 tahun	13	3,8846			
			20>	32	3,9453			
3	<i>Assurance</i>	Masa kerja	0-5 tahun	43	4,1105	0,197	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			6-10 tahun	42	4,3095			
			11-15 tahun	20	4,1250			
			16-20 tahun	13	4,3077			
			20 >	32	4,1484			
4	<i>Empathy</i>	Masa kerja	0-5 tahun	43	4,1422	0,083	Ada beda	Ho ditolak
			6-10 tahun	42	4,3095			
			11-15 tahun	20	4,1900			
			16-20 tahun	13	4,1538			
			20 >	32	4,0500			
5	<i>Tangible</i>	Masa kerja	0-5 tahun	43	4,0814	0,753	Tdk ada beda	Ho tidak dapat ditolak
			6-10 tahun	42	4,1190			
			11-15 tahun	20	4,1000			
			16-20 tahun	13	4,0192			
			20 >	32	4,2109			

Sumber : Data primer yang diolah SPSS versi 18, 2013.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui secara statistik terjadi perbedaan yang signifikan untuk persepsi pelanggan internal berdasarkan faktor demografi atau karakteristik personal masa kerja pada pelanggan internal SMA di Kecamatan Rongkop dan Karangmojo sehingga H_0 ditolak untuk dimensi *responsive* dan *empathy*. Dari hasil analisis *anova* (sidik ragam) dengan menggunakan model Duncan diketahui bahwa pada dimensi *responsive* perbedaan yang nyata secara statistik, terlihat pada masa kerja 6-10 tahun dengan masa kerja 16-20 tahun. Hal ini terlihat dari perbedaan *mean* dengan taraf signifikansi 0,134. Selain dari hal itu perbedaan juga terlihat dari dimensi *empathy* untuk masa kerja 6-10 tahun dan >20 tahun dengan taraf signifikansi 0,083.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dari pelanggan internal di SMA 1 Rongkop, SMA Muhammadiyah

Rongkop, SMA 1 Karangmojo dan SMA Pembangunan Karangmojo mencapai skor rerata paling rendah pada dimensi *reliability* (4,01), sedangkan skor tertinggi pada dimensi *assurance* (4,19). Pada dimensi *reliability* tidak terdapat perbedaan persepsi secara statistik di semua karakteristik personal. Terdapat perbedaan persepsi secara statistik untuk dimensi *responsive* pada karakteristik personal masa kerja, sedangkan pada karakteristik personal yang lain tidak mengalami perbedaan. Pada dimensi *assurance* terdapat perbedaan persepsi secara statistik hanya terdapat pada karakteristik personal status SMA. Pada dimensi *empathy* terdapat perbedaan persepsi secara statistik pada karakteristik personal masa kerja sedangkan pada karakteristik personal yang lain tidak. Pada dimensi *tangible*, terdapat perbedaan persepsi pelanggan internal secara statistik pada karakteristik personal profesi responden, sedangkan pada karakteristik

personal yang lain tidak mengalami perbedaan.

Saran

Penelitian lebih lanjut mengenai persepsi pelanggan terhadap layanan jasa pendidikan sangat peneliti anjurkan dengan memadukan ISQ (*Internal Service Quality*) dengan (*Eksternal Service Quality*) SERVQUAL atau SERVPERF dan dianalisis dengan menggunakan beberapa model seperti: analisis gap, model IPA (*importance performace analysis*) oleh Martilla dan James (1977) dan model KANO. Dengan memadukan pengukuran pelayanan jasa pendidikan dari pelanggan internal dan pelanggan eksternal tersebut maka diharapkan dapat memperoleh data yang lebih komprehensif untuk dapat menarik kesimpulan dalam mengukur layanan jasa baik di bidang pendidikan maupun di bidang yang lain.

Daftar Pustaka

-, Undang Undang no 20 tahun 2003: tentang Sisdiknas.
-, Peraturan Pemerintah No 17 tahun 2010 tentang Pengelolaan Penyelenggaraan Pendidikan.
- A.Parasuraman, A.Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Astuti, T. D. (2009). Analisis Perbedaan Harapan Kualitas Jasa Pendidikan (Studi Empiris Pada Program Studi Akuntansi di perguruan Tinggi Di Yogyakarta). *Fenomena volume 7*.
- Bellou, V., & Andronikidis, A. (2008). The Impact of Internal Service Quality On Customer Service Behaviour : Evidance from Banking Sector. *International Journal Of Quality & Reliability Management*.
- C.Soteriou, A., & Stavrinides, Y. (2000). An Internal Customer Service Quality data Envelopment Analysis Model for Bank Branches. *International Journal of Bank Marketing*.
- Faika, R., & O.Sianipar. (2007). Kepuasan Pelanggan Internal. *Indonesian Journal Of Clinical Pathology and Medical Laboratory*.
- Farner, S., Luthans, F., & Sommer, S. M. (2001). An Emperical Assesment Of Internal Customer Service. *Managing Service Quality*.
- Handayani, N., Singgih, M. L., & Suef, M. (2011). Pengembangan Model INTQUAL Untuk Peningkatan Internal Service Quality di Pendidikan Tinggi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XIII*. Surabaya: Program Studi MMT-ITS.
- Heskett, J. L. (1994). Putting the Service Profit Chain to Work. *Hardvard Business Review*.
- Hirmukhe, J. (2012). Measuring Internal Customers' Perception on Service Quality Using SERVQUAL in Administrative Services. *International Journal Of Scientific and Research Publications*.
- Kemendikbud, (2012). www.Dikmen.go.id. Dipetik Februari 1, 2013, dari http://pendataan.dikmen.kemdikbud.go.id/sipdikmen/html/profil.php?id=detail&idsek=20402118&kd_tajar
- Kennedy, K. N., G.Lassk, F., & R.Goolsby, J. (2002). Customer Mind-Set of Employees Throughout The Organization. *Journal of The Academy of Marketing*.

- Kitcharoen, K. (2004). The Importance Performance Analysis of Service Quality in Administrative Departments of Private Universities in Thailand. *ABAC Journal*.
- Kitchroen, K. (2004). Literature review : Service Quality in Educational Institutions. *ABAC Journal Vol 24. no 02*.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran: Edisi milenium Jilid 2*. Jakarta: Ikrar Mandiriabadi.
- Dhurup, M. (2012). Determinants of Internal Service Quality and The Relationship with Internal Customer Satisfaction. *African Journal of Business Management*.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal Of Marketing*.
- Mehrparvar, E., Shahin, A., & Shirouyehzad, H. (2012). Prioritizing Internal Service Quality Dimensions using TOPSIS technique. *International Journal Of Business and Social Science*.
- Mishra, S. (2010). Internal Marketing- A Tool tto Harness Employees' Power In Service Organization. *International Journal of Business and Management*.
- Morrison, W, A. C., & Hamid, F. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Murdapa, P. A. (2012). Membangun Kepuasan Konsumen Internal Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan di Bidang Jasa Pendidikan. *JBMA*.
- Neuman, W. L. (2011). *Sosial Research Methods*. Boston: Pearson Education .Inc.
- Rachmat, B., & Indrawati, T. (2012). ISEES Model : Model Of Hospital Service Based on Internal and external Service Quality. *Journal of Economic, Business and Accountancy Ventura*.
- Samen, A. A., & Alshurideh, M. (2012). The Impact Of Internal Marketing on Internal Service Quality : A Case Study in Jordanian Pharmaceutical Company. *International Journal of Business and Management*.
- Santoso, H. (2006). Meningkatkan Kualitas Layanan Industri Jasa Melalui Pendekatan Integrasi Metoda SERVQUAL-SIXSIGMA dan SERVQUAL- QFD. *J@TI UNDIP , I*
- Seyyedi, M. H., Damirchi, Q. V., & Rahimi, G. (2012). Internal Customer Service Quality in Iranian Tourism Industry. *Journal Of Applied Sciences Research*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2011). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta, DIY: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Service Management*. Yogyakarta, DIY: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (III ed.). Yogyakarta, DIY: Andi Offset.
- Trihendradi, C. (2013). *Langkah Praktis Menguasai Statistik untuk Ilmu Sosial dan Kesehatan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithml, V. A., Bitner, M. J., & Gramler, D. D. (2009). *Service Marketing* (V ed.). New York, NY, United States: Mc Graw-Hill International.