

usaha untuk mengetahui seperti apa kualitas layanan yang telah dilakukan oleh perguruan tinggi dipersepsi oleh para pelanggannya, sehingga ukuran kepuasan atau ketidakpuasan didasarkan pada hasil akhir layanan yang telah dirasakan secara menyeluruh sebagai pengalaman pelanggan yang menerima layanan.

6. Untuk itu upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh perguruan tinggi adalah selalu melakukan kajian dan / atau penelitian yang terkait dengan perbaikan secara terus menerus tentang layanan yang diberikan para pelanggannya. Adapun tema spesifik yang terkait dengan perilaku layanan pada setiap sub sistim yang menjadi satu kesatuan pembentuk keluaran akhir jasa dan lebih dalam lagi bagian dari sub-sub sistim yang menjadi *service encounter* atau *moment of truth*, antara lain: *service recovery*, *adaptability*, *spontaneity*, dan *coping*.

DAFTAR PUSTAKA

- Bearden O.William, Thomas N.Ingram, Raymond W.LaForge (2001), **Marketing,Principles & Perspectives**, Third Edition, McGraw-Hill, New Jersey.
- Hope Christine, Alan Muhlemann (1997), **Service Operation Management, Strategy – Design and Delivery**, Prentice Hall, New York.
- Kandampully Jay (2002), **Services Management, The New Paradigm In Hospitality**, Hospitality Press, Pearson Education Australia.
- Kerin A.Roger, Eric N.Berkowitz, Steven W.Hartley, William Rudelius (2003), **Marketing**, International Edition, Seventh Edition, McGraw-Hill, New Jersey.
- Kotler Philip & Gary Armstrong (2004), **Principles Of Marketing**, Tenth Edition, Pearson Educational International, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler Philip (2003), **Marketing Management**, International Edition, Eleventh Edition, Pearson Educational International, Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler Philip, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan (1996), **Marketing Management, An Asian Perspective**, Simon & Schuster (Asia) Pte Ltd, A Division Of Simon & Schuster International Group, Singapore.
- Lambat Lupiyoadi (2001), **Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik**, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lovelock Christopher & Lauren Whright (2002), **Principles Of Service Marketing And Management**, International Edition, Second Edition, Pearson Educational International, Prentice Hall, New Jersey.
- Payne Adrian (1993), **The Essence Of Service Marketing**, PrenticeHall Essence Of Management Series, New York.
- Zeithaml A.Valarie & Mary Jo Bitner (2000), **Service Marketing, Integrating Customer Focus Across The Firm**, Second Edition, Irwin McGraw-Hill, New York.
- Zeithaml A.Valarie, A Parasuraman, Leonard L.Berry (1990), **Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions And Expectations**, The FreePress, New York.