

Analisa Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* Di UMKM Martabak Sari Rasa

Larisang, Antonius L U L Padeda, Revi Illya Badri, Indah Octaviani

^{1,2,3,4}Universitas Ibnu Sina; Jalan Teuku Umar - Lubuk Baja, Batam, Kepulauan Riau

^{1,2,3}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri, Universitas Ibnu Sina (UIS) Batam

Jln. Teuku Umar, Lubuk Baja Kota Batam. Telp : (0778) 425391 Fax : (0778) 458394

e-mail: Larisang@uis.ac.id , 1710128425107@uis.ac.id

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan di UMKM Martabak Sari Rasa, sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability tepatnya menggunakan purposive sampling dan untuk penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Dengan menggunakan sumber data diantaranya: data primer, data sekunder, populasi dan sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, teknik kepustakaan dan kuesioner. Serta menggunakan alat ukur validitas dan reliabilitas, selanjutnya menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan mengenai kepuasan pelanggan di UMKM (Usaha Menengah Kelas Mikro) Martabak Sari Rasa yaitu tingkat kesesuaian atribut-atribut yang dikaji secara umum sudah baik dan sebagian besar atribut memiliki tingkat kesesuaian melebihi rata-rata yaitu 101,8% melebihi 100%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan sudah baik dan produk memiliki kinerja yang sudah mendekati harapan pelanggan. Dapat dilihat melalui hasil *Importance Performance Analysis (IPA)*, kuadran I meliputi rasa yang diterima dibanding harga, kuadran II meliputi rasa, aroma, jaminan halal dan izin depkes, ketahanan produk, dan tekstur produk, kuadran III meliputi warna, komposisi produk, desain kemasan, ukuran volume produk, aroma yang diterima dibandingkan harga, dan kepraktisan kemasan yang diterima dibandingkan harga, dan kuadran IV meliputi banyak dikonsumsi orang.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, *Importance Performance Analysis (IPA)*

Abstract

The purpose of this study was to determine customer satisfaction in SMEs Martabak Sari Rasa, samples taken were 100 respondents. The sampling technique using non-probability is precisely using purposive sampling and for determining the sample size in this study using the Lemeshow formula (1997), this is because the total population is unknown. By using data sources including: primary data, secondary data, population and samples.

Data collection methods used are observation, library techniques and

questionnaires. As well as using validity and reliability measuring tools, then using the Importance Performance Analysis (IPA) method.

Based on data analysis and discussions conducted regarding customer satisfaction in MSMEs (Micro Class Medium Enterprises) Martabak Sari Rasa, the level of suitability of the attributes studied is generally good and most of the attributes have a suitability level exceeding the average, which is 101.8% more than 100%. Therefore, it can be said that the level of conformity between the level of importance and the level of satisfaction is good and the product has a performance that is close to customer expectations. It can be seen through the results of the Importance Performance Analysis (IPA), quadrant I includes the taste received compared to price, quadrant II includes taste, aroma, halal assurance and Ministry of Health permits, product durability, and product texture, quadrant III includes color, product composition, packaging design, the size of the product volume, the aroma received compared to the price, and the practicality of the packaging received compared to the price, and quadrant IV includes the number of people consumed.

Keywords: customer satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA)

1. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen merupakan hal yang krusial dalam menentukan suksesnya suatu bisnis. Intensitas persaingan dewasa ini membuat perusahaan harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta berusaha memenuhi harapan konsumen (Atmawati dan Wahyudin, 2007).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. Apabila dijabarkan sebagai berikut : a) jika kinerja berada dibawah harapan maka konsumen menjadi tidak puas, b) jika kinerja sama dengan harapan maka konsumen akan puas, c) jika kinerja melampaui harapan maka konsumen akan sangat puas atau sangat senang (Kotler,2007).

Menurut Danang Sunyoto (2015:p.140), kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

UMKM (Usaha Menengah Kelas Mikro) Martabak Sari Rasa merupakan usaha kuliner yang berlokasi di belakang indomobil Taman Baloj Mas. Usaha tersebut sudah berdiri dari tahun 2007 hingga saat ini. Pada tahun 2020 penjualan martabak manis perhari nya dapat menghabiskan 6 atau 7 kg adonan/harinya, namun ditahun 2021 saat ini penjualan menurun menjadi 4 atau 4,5 kg adonan/harinya. Untuk mengetahui terjadinya penurunan tersebut maka dilakukan analisa kepuasan pelanggan mengenai produk yang ditawarkan.

Gambar 1.1 Menu Martabak Sari Rasa



Tabel 1.1 Jenis Keluhan Pelanggan

No	Jenis Keluhan	Keluhan	Dampak dari Keluhan Pelanggan
1	Rasa	Rasa pahit yang disebabkan oleh Pembuatan martabak yang gosong	<ul style="list-style-type: none"> - Penurunan penjualan - Berkurangnya pelanggan - Omset menurun - Berkurangnya pembuatan adonan
2	Penyajian	Tidak higenis	
3	Porsi	Porsi martabak tipis kering yang sedikit	

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan

bulan	pelanggan	%
juni	8	9%
juli	16	18%
agustus	9	10%
september	11	13%
oktober	8	9%
november	13	15%
desember	15	17%
januari	8	9%
jumlah	88	100%



Gambar 1.2 Grafik Keluhan Pelanggan Bulan Juni 2021 - Januari 2022

Dari data keluhan pelanggan diatas, dapat dilihat bahwa rata-rata pelanggan yang membeli martabak merasa kurang puas dengan rasa martabak tipis kering (tipker). Penyajian martabak tipis kering yang gosong karena lama diangkat, membuat martabak menjadi gosong dan mempengaruhi rasanya. Rasa dari martabak tipis kering (tipker) lah yang mempengaruhi kepuasaan pelanggan itu sendiri, sehingga terjadinya penurunan penjualan karena berkurangnya pelanggan.

Metode yang digunakan untuk menganalisa kepuasan pelanggan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode ini merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (importance) dan tingkat kinerja (performance). Metode ini digunakan untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan konsumen (Supranto, 2006).

Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terhadap produk yang ditawarkan. Untuk mengetahui respon pelanggan terhadap produk yang ditawarkan dan mengetahui apasaja yang harus dipertahankan maupun dilakukan perbaikan dari produk yang ditawarkan

2. METODE PENELITIAN

2.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Adapun penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 16 Januari 2022 di UMKM Martabak Sari Rasa yang beralamat di Taman Baloi Mas, belakang indomobil, Lubuk Baja.

2.2 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder :

1. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari pelaku yang melihat dan terlibat langsung dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Data primer diantaranya :
 - Data keluhan pelanggan
 - Kuesioner
 - Wawancara
2. Data sekunder adalah Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung pada sumbernya, biasanya data sekunder dapat kita peroleh lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia, misalnya kita banyak menemui di perpustakaan. Data sekunder biasanya digunakan sebagai pendukung data primer. Dalam memilih data sekunder yang secara fisik banyak tersedia tentunya harus berpedoman kepada penelitian yang kita lakukan. Data sekunder diantaranya jurnal kepuasaan pelanggan.

2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah kumpulan individu atau obyek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai kelompok individu atau obyek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 1995). Berdasarkan definisi tersebut, populasi ini adalah pembeli martabak sari rasa.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian benar-benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan non-probability tepatnya menggunakan purposive sampling, Sugiyono (2008) menyatakan bahwa purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Responden yang pertama kali melakukan pembelian martabak manis sari rasa

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96^2)0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau sampling eror = 10%

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus dari Lemeshow (1997) karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

1.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan langsung di pelabuhan yang menjadi objek penelitian. teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung obyek penelitian yang ada di pelabuhan kota Batam, untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya dari obyek yang diteliti
2. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara langsung kepada responden yang menggunakan sistem inaportnet
3. Studi literature adalah data yang diperoleh dari majalah, buku - buku dan sumber - sumber yang berkaitan dengan sistem informasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan berdasarkan data hasil penelitian pengumpulan data diatas, penulis menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) sesuai dengan rumusan masalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap UMKM Martabak Sari Rasa. Untuk itu sebelum data diolah selanjutnya maka diperlukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan valid dan reliable.

1. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan data penyebaran kuesioner kepada 100 responden, maka dapat dikatakan valid atau reliabel apabila instrumen atau indikator yang digunakan dalam memperoleh data adalah valid atau reliabel, sehingga perlu di uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien korelasi product moment dengan taraf signifikan 0,05.

Langkah - langkah pengambilan keputusan dalam uji validitas suatu variabel pertanyaan kuesioner, yaitu sebagai berikut :

1. Menentukan nilai Rtabel

Dari r Product moment pearson (dapat dilihat pada lampiran) dengan nilai df = jumlah data dikurang 2, jumlah data yang diuji sebanyak 100, nilai df (derajat kebebasan) = $100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan maka diperoleh nilai r Tabel sebesar 0.196

2. Mencari Rhitung

Mencari nilai r hitung sangat bermanfaat bagi penelitian di bidang statistik terutama yang berkaitan dengan uji validitas suatu soal atau instrumen. validitas atau tingkat kesahihan suatu soal/instrumen sangat diperlukan bahkan bisa dijadikan suatu acuan dan landasan layak atau tidaknya suatu soal / instrumen untuk digunakan.

Nilai Rhitung yang didapat digunakan untuk membandingkan dengan *Rtabel* sehingga dari perbandingan Rhitung dan *Rtabel* dapat diketahui valid dan tidaknya suatu soal atau instrument

> apabila Rhitung lebih besar dari *Rtabel* maka soal / instrument tersebut valid, sebaliknya

> apabila *Rtabel* lebih besar dari Rhitung maka soal / instrument tersebut invalid atau tidak valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Ringkasan Uji Validitas			
Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Status
1	0,213	0,196	Valid
2	0,575	0,196	Valid
3	0,676	0,196	Valid
4	0,684	0,196	Valid
5	0,753	0,196	Valid
6	0,810	0,196	Valid
7	0,746	0,196	Valid
8	0,768	0,196	Valid
9	0,726	0,196	Valid
10	0,889	0,196	Valid
11	0,729	0,196	Valid
12	0,556	0,196	Valid

13	0,632	0,196	Valid
----	-------	-------	-------

Hasil pengujian validitas untuk tingkat kepentingan yang tertera pada tabel 4.3 menunjukkan semua hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka pernyataan yang diajukan dalam kuesioner telah valid dapat dilanjutkan kepengujian langkah selanjutnya.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan
Ringkasan Uji Validitas

Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Status
1	0,271	0,196	Valid
2	0,583	0,196	Valid
3	0,677	0,196	Valid
4	0,800	0,196	Valid
5	0,758	0,196	Valid
6	0,819	0,196	Valid
7	0,864	0,196	Valid
8	0,755	0,196	Valid
9	0,815	0,196	Valid
10	0,891	0,196	Valid
11	0,636	0,196	Valid
12	0,582	0,196	Valid
13	0,673	0,196	Valid

Hasil pengujian validitas untuk tingkat kepuasan yang tertera pada table 4.4 menunjukkan semua hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka pernyataan yang diajukan dalam kuesioner telah valid dapat dilanjutkan kepengujian langkah selanjutnya.

Hasil pengujian validitas untuk kualitas sistem yang tertera pada tabel 3.1 menunjukkan semua hasil $R_{hitung} > R_{tabel}$, maka pernyataan yang diajukan dalam kuesioner telah valid dapat dilanjutkan kepengujian langkah selanjutnya

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Tingkat Kepentingan	0,874	0,60	Reliabel
Tingkat Kepuasan	0,893	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel 4.5 dapat diketahui nilai cronbach alpa dari variabel tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dinyatakan reliable karena nilai Alpha cronbach (α) lebih besar dari 0,60.

3.2 Analisa dan Pembahasan

1. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menghitung skor total kepuasan dan kepentingan pelanggan UMKM Martabak Sari Rasa. Pada metode ini juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas, yang diukur dengan tingkat kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Menghitung skor kepuasan dan kepentingan

Contoh perhitungan skor kepuasan diambil dari atribut kepuasan rasa.

$$\text{Kepuasan (X)} = (1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 1) + (4 \times 13) + (5 \times 86)$$

$$= 0 + 0 + 3 + 52 + 430$$

$$X_i = 485$$

$$\text{Kepentingan (Y)} = (1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 0) + (4 \times 14) + (5 \times 86)$$

$$= 0 + 0 + 0 + 56 + 430$$

$$Y_i = 486$$

2. Menghitung tingkat kesesuaian Tingkat kesesuaian (%)

$$T_{ki} = X_i / Y_i \times 100\%$$

$$= (485 : 486) \times 100\%$$

$$= 0.9979 \times 100\%$$

$$= 99.79\%$$

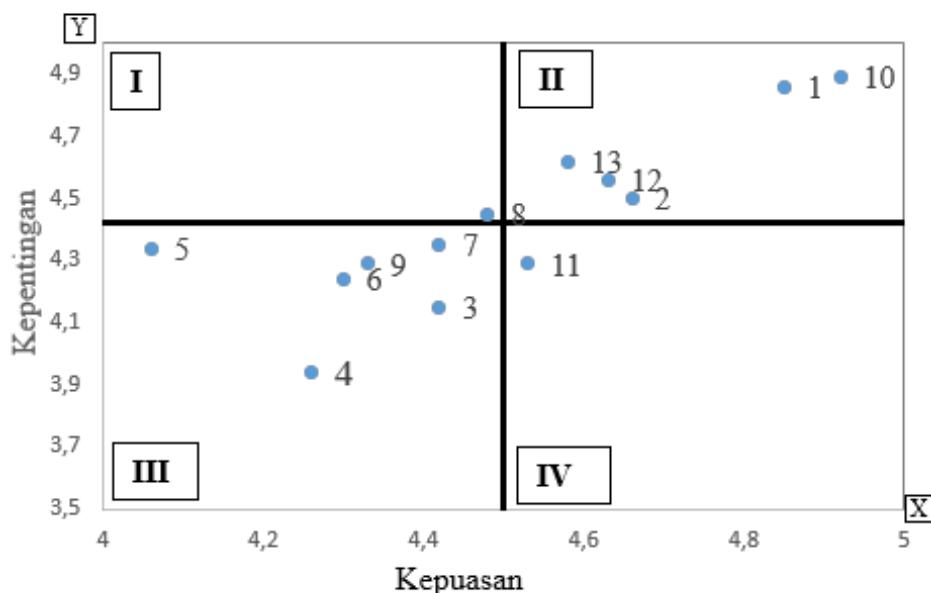
Rata-rata tingkat kesesuaian(%)

$$= (99.79 + 103.6 + 106.5 + 108.1 + 93.55 + 101.4 + 101.6 + 100.7 + 100.9 + 100.6 + 105.6 + 101.5 + 99.13) : 13$$

$$= 1323.03 : 13$$

$$= 101.8$$

3. Diagram kartesius



Gambar 4.1 Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dan penting. Atribut yang termasuk dalam kuadran I dan perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu rasa yang diterima dibanding harga. Maka perlu dilakukan perbaikan untuk rasa karena, rasa memiliki peranan penting dalam hal loyalitas pelanggan. Pelanggan tidak ingin membayar mahal jika harapan mereka akan produk tidak terpenuhi.

2. Kuadran II (Pertahanan Prestasi)

Atribut-atribut yang berada di kuadran ini dianggap penting oleh pelanggan dan telah sesuai dengan yang dirasakan oleh pelanggan, sehingga tingkat kepuasan relatif tinggi. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah rasa, aroma, jaminan halal dan izin depkes, ketahanan produk, dan tekstur produk. Lima atribut yang berada pada kuadran II tersebut dinilai memiliki tingkat kepentingan tinggi, maka perusahaan harus dapat mempertahankan prestasinya.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut yang terdapat pada kuadran ini dirasa kurang penting karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan tidak terlalu besar. Namun perusahaan tetap perlu memperhatikan atribut ini sehingga atribut yang berada pada kuadran ini tidak berpindah pada kuadran I karena penilaian pelanggan suatu saat dapat berubah sehingga atribut yang pada awalnya dinilai kurang penting dapat berubah menjadi penting. Atribut-atribut tersebut adalah warna, komposisi produk, desain kemasan, ukuran volume produk, aroma yang diterima dibandingkan harga, dan kepraktisan kemasan yang diterima dibandingkan harga.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan atribut yang kurang penting bagi pelanggan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Atribut yang termasuk didalam kuadran IV ini adalah banyak dikonsumsi orang, atribut tersebut dianggap kurang penting karena pada dasarnya setiap orang memiliki selera masing-masing maka tidak semua orang mengkonsumsi produk tersebut.

4. KESIMPULAN

1. Berdasarkan analisa data dan pembahasan yang dilakukan mengenai kepuasan pelanggan di UMKM (Usaha Menengah Kelas Mikro) Martabak Sari Rasa yaitu tingkat kesesuaian atribut-atribut yang dikaji secara umum sudah baik dan sebagian besar atribut memiliki tingkat kesesuaian melebihi rata-rata yaitu 101,8% melebihi 100%. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan sudah baik dan produk memiliki kinerja yang sudah mendekati harapan pelanggan. Tanggapan pelanggan menjadi acuan dalam penentuan prioritas perbaikan atribut kinerja produk yang dapat dilihat melalui hasil Importance Performance Analysis (IPA).

- Kuadran I meliputi rasa yang diterima dibanding harga.
- Kuadran II meliputi rasa, aroma, jaminan halal dan izin depkes, ketahanan produk, dan tekstur produk.
- Kuadran III meliputi warna, komposisi produk, desain kemasan, ukuran volume produk, aroma yang diterima dibandingkan harga, dan kepraktisan kemasan yang diterima dibandingkan harga.
- Kuadran IV meliputi banyak dikonsumsi orang.

2. Atribut yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan adalah rasa yang diterima dibanding harga.

5. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan saran sebagai

berikut:

1. Penulis mengharapkan pada peneliti-peneliti berikutnya dapat meneliti lokasi UMKM yang lebih luas.
2. Penulis mengharapkan pada peneliti-peneliti berikutnya dapat menambahkan metode pengumpulan data lainnya.
3. Penulis mengharapkan pada peneliti - peneliti berikutnya dapat membandingkan atau mengkolerasikan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan metode-metode lainnya.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini di lakukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik (S.T) pada Program Studi Teknik Universitas Ibnu Sina. Dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Ibu drg. Andi Tenri Ummu, Selaku Ketua Yayasan Pendidikan Ibnu Sina Batam yang telah memberikan fasilitas belajar mengajar di Universitas Ibnu Sina Batam.
2. Bapak Rektor Universitas Ibnu Sina Dr. H. Mustaqim Suaib, SE, MM, yang telah membantu menyelenggarakan pendidikan belajar mengajar Universitas Ibnu Sina.
3. Bapak Dr.Ir.Larisang, MT., IPM Selaku Dekan Fakultas Teknik dan selaku pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan dalam pelaksanaan kegiatan di Fakultas Teknik.
4. Bapak Ir.Herman,ST.,MT selaku ketua program studi Teknik Industri yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulisan proposal skripsi dapat terselesaikan.
5. Ibu Meylia Vivi Putri, S.T, M.T selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam penyusunan proposal skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen dan staf program studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Ibnu Sina.
7. Terima kasih kepada rekan-rekan seperjuangan Tugas Akhir yang selalu memberikan dukungan dalam proses pembuatan tugas akhir ini.
8. Terima kasih yang tidak terkira kepada kedua orang tua dan suami yang selalu mendoakan, memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik, Akil. (2018). “ Analisa Kepuasan Pelanggan PT Altrak 1978 Batam Menggunakan Metode Sevqual (Service Quality), IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index).”
- Akmaluddin. (2018). “ Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pengantaran Spare Part Yamaha Studi Kasus pada PT. Alfa Scorpio.”
- Albertus L.S, Larisang, M. Deddy. R. “ Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi Pada Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) di STT Ibnu Sina Batam.”
- Kusmara Jiwantara, Agung Sutrisno, Johan S. C. Neyland. (2012) “Penerapan Metode Servqual untuk evaluasi perbaikan kualitas pelayanan pada kegiatan penyuluhan bahasa indonesia praktis dibalai bahasa provinsi sulawesi utara
- Kusuma Dewi, Shanty. Dian Palupi R. Andri, Sulaksni. (2015) “ Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis.”
- Nashihuddin, Wahid. (2012). “Servqual.”
- Nitasari, Ade. (2020) “ Analisa Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Salma Rumah Kecantikan dan Kebugaran Muslimah Purwokerto.”
- Ratih. Oktober 23, 2020.“ Kepuasan Konsumen: Pengertian, Teori, Faktor dan Indikator.”

- Rizaldi, M. Deddy. (2018). “ Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Administrasi pada Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) di STT Ibnu Sina Batam.”
- Septiana, R. (2015). Bab II Tinjauan Pustaka Kepuasan Konsumen.
- Siadari, Coki. Januari 29, 2019. “Pengertian Kepuasan Pelanggan Menurut Para Ahli .”
- Sukardi dan Chodilis Chandrawatisma.“ Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Corned Pronas Produksi PT CIP Denpasar Bali.”
- Wirdha, Purnomo. (2015) “ Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik.”