

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS

Endang Silaningsih¹, Iman Maulana², Salsa Aulia³, Giva Isliah Mitra⁴, Maila Maulida⁵
Manajemen, Universitas Djuanda, Bogor
E-mail: [*salsaaulia0106@gmail.com](mailto:salsaaulia0106@gmail.com)³

ABSTRAK

Perkembangan bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Kepuasan konsumen merupakan indikator penting kesetiaan pelanggan, yang berdampak pada loyalitas pembelian, rekomendasi positif, dan citra perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk Mengukur tingkat kepentingan dan Pelayanan atribut-atribut kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh café xyz kepada konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian ini adalah café XYZ yang berada di kabupaten bogor, teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah Convenience sampling yaitu Peneliti memilih sampel dari responden yang mudah dijangkau dengan jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 50 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen secara umum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Atribut pelayanan yang paling penting bagi konsumen perlu menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Dengan memahami atribut pelayanan yang paling penting bagi konsumen dan fokus pada peningkatan kinerjanya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. IPA merupakan alat yang bermanfaat untuk menganalisis kepuasan konsumen.

Kata kunci

Kepuasan, Kualitas Layanan, Analisis IPA

ABSTRACT

Business development is currently experiencing very rapid progress. Consumer satisfaction is an important indicator of customer loyalty, which has an impact on purchasing loyalty, positive recommendations and company image. The aim of this research is to measure the level of importance and service quality attributes offered by Café XYZ to consumers. The research method used is a quantitative method with a survey method. The object of this research is Café The results of this research show that consumers are generally satisfied with the quality of service provided, but there are several aspects that need to be improved. The service attributes that are most important to consumers need to be a top priority for improvement. By understanding the service attributes that are most important to consumers and focusing on improving their performance, companies can increase overall consumer satisfaction and increase customer loyalty. IPA is a useful tool for analyzing consumer satisfaction.

Keywords

Satisfaction, Service Quality, IPA Analysis.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di era modern menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam mengembangkan produk dan layanan agar mampu bersaing di tengah ketatnya kompetisi pasar. Salah satu bentuk usaha yang mengalami perkembangan signifikan adalah bisnis kafe. Tidak hanya menawarkan makanan dan minuman, kafe juga dituntut untuk menyajikan suasana yang nyaman, desain menarik, dan pelayanan yang memuaskan. Di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, hingga Bogor, kafe bermunculan di berbagai sudut kota sebagai destinasi kuliner dan tempat bersosialisasi. Fenomena meningkatnya jumlah pengunjung

kafe mendorong perlunya analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali datang ke kafe yang sama.

Kepuasan konsumen menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu usaha, termasuk bisnis kafe. Konsumen yang puas berpotensi menjadi pelanggan setia, memberikan rekomendasi positif, dan memperkuat citra merek. Namun sebaliknya, ketidakpuasan konsumen dapat menimbulkan konsekuensi negatif seperti menurunnya loyalitas, peningkatan komplain, hingga penurunan penjualan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai kepuasan konsumen sangat penting bagi pelaku usaha dalam menyusun strategi pemasaran dan peningkatan kualitas pelayanan. Konsep kepuasan ini semakin relevan ketika dikaitkan dengan kondisi pasar yang sangat kompetitif dan konsumen yang semakin kritis terhadap layanan yang mereka terima.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen adalah Importance Performance Analysis (IPA). IPA membantu perusahaan dalam memetakan sejauh mana atribut pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen telah dipenuhi oleh perusahaan. Dengan menggunakan pendekatan ini, pelaku usaha dapat mengetahui area mana saja yang perlu ditingkatkan dan mana yang perlu dipertahankan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa metode ini mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai prioritas perbaikan pelayanan serta mampu menjadi dasar dalam pengambilan keputusan manajerial yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja berbagai atribut kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Café XYZ kepada konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut mana yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Café XYZ berdasarkan analisis Importance Performance Analysis (IPA)?" Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi peningkatan pelayanan serta memberikan pemahaman yang lebih luas tentang perilaku konsumen di sektor usaha kafe.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja suatu layanan dari perspektif responden. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data primer dari responden yang relevan, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kemudahan akses dan ketersediaan responden.

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis, yang terdiri dari lima fase utama, sebagai berikut:

2.1 Fase Pemahaman Konteks Penelitian (Research Understanding Phase)

Pada tahap ini, peneliti mengidentifikasi tujuan utama dari penelitian, yaitu untuk menganalisis kesesuaian antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Penelitian dilakukan pada konsumen *cafe xyz* yang berada di Kabupaten Bogor guna mengetahui area yang memerlukan perbaikan dan peningkatan prioritas pelayanan.

2.2 Fase Pengumpulan Data (Data Collection Phase)

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama:

1. Penilaian tingkat kepentingan (*importance*) terhadap atribut layanan.
2. Penilaian tingkat kinerja/persepsi (*performance*) terhadap atribut layanan.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan 5 poin, dari sangat tidak penting/tidak baik hingga sangat penting/sangat baik. Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik convenience sampling dengan jumlah responden sebanyak 50 responden.

2.3 Fase Persiapan dan Pengolahan Data (Data Preparation Phase)

Data dari kuesioner yang telah dikumpulkan dilakukan proses input dan pembersihan. Proses ini mencakup:

1. Pemeriksaan kelengkapan data,
2. Pengkodean jawaban responden,
3. Pengolahan awal dalam bentuk tabulasi.

Setelah itu, dilakukan perhitungan nilai rata-rata untuk setiap atribut, baik untuk persepsi maupun kepentingan.

2.4 Fase Analisis Data (Data Analysis Phase)

Data dianalisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Tahaptahap dalam analisis ini meliputi:

1. Perhitungan rata-rata nilai penting dan kinerja tiap atribut,
2. Penentuan titik tengah (mean importance dan mean performance),
3. Pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk mengelompokkan atribut ke dalam empat kuadran:
 - a. Kuadran I: Prioritas utama (Tinggi penting, rendah kinerja)
 - b. Kuadran II: Pertahankan prestasi (Tinggi penting, tinggi kinerja)
 - c. Kuadran III: Prioritas rendah (Rendah penting, rendah kinerja)
 - d. Kuadran IV: Berlebihan (Rendah penting, tinggi kinerja)

2.5 Fase Evaluasi (Evaluation Phase)

Evaluasi dilakukan dengan menginterpretasikan posisi atribut-atribut pada kuadran IPA. Hasil ini digunakan untuk memberikan rekomendasi strategis perbaikan dan peningkatan kualitas layanan berdasarkan atribut-atribut yang menjadi perhatian utama responden.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah informasi demografis dan psikografis tentang orang-orang yang berpartisipasi dalam penelitian (Santosa, 2019). Informasi ini penting untuk memahami konteks data yang dikumpulkan dan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. contoh tabel dalam 1 kolom dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik		jumlah	Presentase %
Jenis kelamin	perempuan	32	64
Usia	17-25	23	46
Pendidikan	SMA	27	54
Pekerjaan	Mahasiswa	30	60
<u>Pendapatan perbulan</u>	<u>< Rp.2.000.000</u>	<u>26</u>	<u>52</u>
Jumlah kunjungan	kali	33	66
Desain caffe	desain outdoor	19	38

3.2 Hasil Analisis Data Important performance analysis

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk Untuk mengetahui hal-hal yang menjadi prioritas perbaikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Importance Performance Analysis dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan kepentingan konsumen. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai X (rata-rata skor kinerja) dan Y (rata-rata skor kepentingan). Sub bab ini memuat tentang analisis data hasil penelitian yang diperoleh penulis melalui metode pengumpulan data. Dapat disajikan dalam bentuk tabel kemudian dijelaskan arti angkaangka statistik yang tertera. Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skali Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik.

3.3 Diagram Kartesius

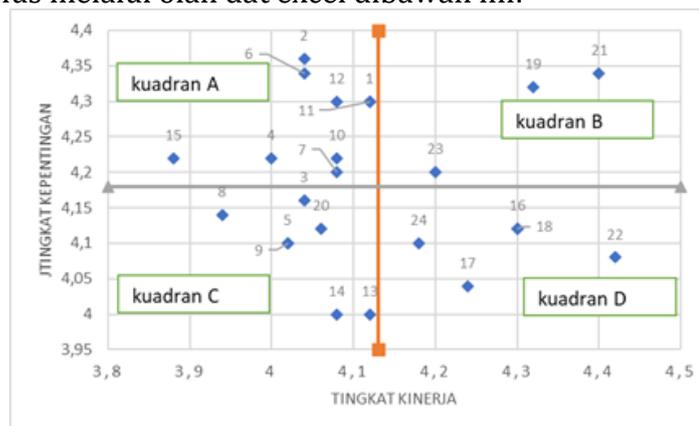
Diagram Kartesius merupakan alat bantu visual yang digunakan dalam Analisis Kepentingan Kinerja (Importance Performance Analysis - IPA) untuk menggambarkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut pelayanan. Diagram ini membagi bidang menjadi empat kuadran berdasarkan nilai rata-rata (Yulianti & Umbara, 2020). Kepentingan (Importance) dan Kinerja (Performance) atribut pelayanan. Diagram kartesius dalam penelitian ini berasal dari hasil rekapitulasi jawaban responden yang sudah diolah data sebelumnya. Data rekapitulasi jawaban responden bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

No	Pernyataan	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
1	Papan nama usaha terpampang dengan jelas.	4,12	4,3
2	Pintu masuk yang ada memiliki lebar yang cukup untuk digunakan berlalu lalang.	4,04	4,36
3	Desain cafe dari luar terlihat menarik.	4,04	4,16
4	Lingkungan di sekitar cafe nyaman.	4	4,22
5	Tempat parkir yang ada sudah cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen	4,02	4,1
6	Warna cat dinding didalam cafe terlihat menarik	4,04	4,34
7	Area di dalam cafe bersih.	4,08	4,2
8	Suara/musik yang ada di dalam cafe terdengar tenang (tidak berisik).	3,94	4,14
9	Suhu udara di dalam cafe tidak terasa terlalu panas maupun terlalu dingin	4,02	4,1
10	Produk yang ditawarkan bervariasi	4,08	4,22
11	Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang	4,12	4,3
12	Jalur di tiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang	4,08	4,3
13	Akses ke ke setiap ruangan mudah	4,12	4
14	Dinding pembatas pada ruang sudah cukup memberikan privasi.	4,08	4
15	Pengelompokan barang sudah tertata sesuai jenis	3,88	4,22

16	Banner promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi	4,3	4,12
17	Buku pilihan produk yang ada sudah memberikan informasi yang cukup.	4,24	4,04
18	Tanda-tanda penunjuk yang ada sudah terlihat dengan jelas.	4,3	4,12
19	Display yang digunakan membangkitkan suasana	4,32	4,32
20	Puas terhadap pelayanan yang diberikan	4,06	4,12
21	Puas terhadap produk yang disajikan	4,4	4,34
22	Puas terhadap kebersihan cafe	4,42	4,08
23	Menyukai variasi produk yang ditawarkan cafe ,sehingga ingin mencoba kembali	4,2	4,2
24	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain	4,18	4,1
Total Rata-rata		4,13	4,18

Dari hasil olah data tabel 2 tersebut dapat diketahui bahwa nilai rata rata tingkat kinerja sebesar 4,13 dan tingkat kepentingan sebesar 4,18. Dengan demikian bisa kita buat diagram kartesius melalui olah dat excel dibawah ini:



Gambar 1. HASIL DIAGRAM KARTESIUS STORE ATMOSPHERE

Keterangan :

P1 – P24 adalah pertanyaan yang kami ambil dari table diatas

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan diagram kartesius didapat hasil atribut yang harus diperbaiki adalah atribut yang berada pada kuadran A. Adapun atribut yang harus diperbaiki pada kuadran A adalah :

Tabel 3. Hasil Perhitungan Diagram Kartesius Pada Kuadran A

Atribut	Pertanyaan
P1	Papan nama usaha terpampang dengan jelas.
P2	Pintu masuk yang ada memiliki lebar yang cukup untuk digunakan berlalu lalang.
P4	Lingkungan di sekitar cafe nyaman.
P6	Warna cat dinding didalam cafe terlihat menarik
P7	Area di dalam cafe bersih.
P10	Produk yang ditawarkan bervariasi
P11	Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang

P12 Jalur di tiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk berlalu lalang

P15 Pengelompokan barang sudah tertata sesuai jenis

Kuadran A menunjukkan kepada atribut - atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerja yang baik , sehingga perlu diperhatikan dan ditingkatkan lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Diagram Kartesius Pada Kuadran B

Atribut	Pertanyaan
P19	Display yang digunakan membangkitkan suasana
P21	Puas terhadap produk yang disajikan
P23	Menyukai variasi produk yang ditawarkan café,sehingga ingin mencoba kembali

Atribut di kuadran B menunjukkan atribut pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya sudah dianggap baik oleh konsumen , dan atribut di kuadran ini perlu di pertahankan atau lebih bagus sampai ditingkatkan.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Diagram Kartesius Pada Kuadran C

Atribut	Pertanyaan
P3	Desain cafe dari luar terlihat menarik.
P5	Tempat parkir yang ada sudah cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen
P8	Suara/musik yang ada di dalam cafe terdengar tenang (tidak berisik).
P9	Suhu udara di dalam cafe tidak terasa terlalu panas maupun terlalu dingin
P13	Akses ke ke setiap ruangan mudah
P14	Dinding pembatas pada ruang sudah cukup memberikan privasi.
P20	Puas terhadap pelayanan yang diberikan

Atribut yang berada pada kuadran C memiliki penilaian yang rendah karena atribut-atribut ini kurang dianggap penting oleh pelanggan dan perusahaan juga tidak memberikan pelayanan atau perhatian khusus, atribut ini dianggap tidak memberikan dampak yang besar bagi perusahaan.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Diagram Kartesius Pada Kuadran D

Atribut	Pertanyaan
P16	Banner promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi
P17	Buku pilihan produk yang ada sudah memberikan informasi yang cukup.
P18	Tanda-tanda penunjuk yang ada sudah terlihat dengan jelas.
P22	Puas terhadap kebersihan cafe
P24	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain

Untuk atribut yang ada pada kuadran D adalah atribut yang tidak dianggap penting bagi pelanggan, namun pihak perusahaan memberikan pelayanan yang berlebihan sehingga atribut ini dianggap berlebihan.

3.4 Hasil diagram kartesius

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat 15 atribut yang perlu dilakukan perbaikan (Action) dan terdapat 9 atribut yang perlu mendapat perhatian untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan (Hold). Dari hasil pemetaan yang dilakukan pada diagram kartesius dapat terlihat beberapa atribut yang perlu untuk dilakukannya perbaikan dan atribut-atribut perlu untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan yang terbagi kedalam kuadran-kuadran (A, B, C dan D) sesuai dengan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan. **Kuadran A**

Kuadran A adalah wilayah yang berisikan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, namun dalam kenyataannya atribut-atribut ini masih belum sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, lalu Mengidentifikasi atribut-atribut yang masuk dalam kuadran A dan meningkatkan kinerjanya agar lebih sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga Menggunakan hasil analisis IPA untuk menentukan strategi yang tepat guna memperbaiki kinerja perusahaan.

Kuadran B

Kuadran B adalah daerah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, dan atribut-atribut tersebut dianggap telah sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga tingkat kepuasan pelanggan relatif lebih tinggi, sehingga perlu untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan karena sudah bisa memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga konsumen merasa puas. perusahaan harus bisa mempertahankan kinerja dan pelayanannya karena dianggap sudah baik, konsumen sudah menganggap atribut yang ada di kuadran ini sudah dianggap sudah memuaskan konsumen ketika berkunjung ke weekends.ers.caffe, jadi pihak perusahaan harus bisa mempertahankannya.

Kuadran C

Kuadran C adalah Daerah yang berisikan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerja pihak perusahaan pun dinilai kurang memuaskan. Tetapi tidak menutup kemungkinan Kuadran C pada waktu yang akan datang menjadi perhatian yang penting oleh pelanggan, sehingga perusahaan juga harus mempertimbangkan hal tersebut. Untuk meningkatkan atribut yang ada di kuadran C bisa dimulai dari mengidentifikasi atribut layanan atau produk yang berada di kuadran C, yang menunjukkan tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerja rendah. Fokus pada atribut-atribut ini untuk perbaikan.

Kuadran D

Kuadran D adalah wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerja yang dilakukan oleh pihak perusahaan dirasakan terlalu tinggi atau berlebihan, sehingga perusahaan tidak perlu melakukan perbaikan.

Yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan pada atribut yang ada di kuadran ini ialah dengan cara perusahaan harus bisa mengalokasikan variabel di kuadran ini ke kuadran lain, karena atribut yang ada disini dianggap tidak penting oleh konsumen, sehingga nantinya perusahaan bisa menghemat biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan menggunakan Analisis Kepentingan Kinerja (Importance Performance

Analysis - IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen secara umum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, namun terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Atribut pelayanan yang paling penting bagi konsumen perlu menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Perusahaan perlu memantau kepuasan konsumen secara berkala dan menggunakan IPA untuk melacak perubahan kepuasan dari waktu ke waktu. Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat 15 atribut yang perlu dilakukan perbaikan (Action) dan terdapat 9 atribut yang perlu mendapat perhatian untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan (Hold).

5. SARAN

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk penelitian selanjutnya dalam memahami kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

- a Menyelidiki hubungan antara kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan
- b Menganalisis dampak dimensi kualitas pelayanan yang berbeda terhadap kepuasan konsumen di berbagai industri.
- c Mengevaluasi efektivitas strategi yang berbeda untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Afif, Z. (2023). *Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan ,. 3*, 682–693.
- Alhababy, A. M. (2016). *PERAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT PERIPERA (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkuçęçwara)*. 14(5), 1–23.
- Annisah. (2021). *Menggunakan Sidimpuan Travel*.
- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 102–112. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i2.3135>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Exreana Karundeng, M., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517. <file:///C:/Users/rizky/Downloads/npioh,+Jurnal+Meijina+511-517.pdf>
- Heryanti, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (EPayment). *Journal on Education*, 5(3), 8080–8096. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1595>

- Hoffman, D. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan*.
- Janto, H., & Purwandari, N. (2022). *Aplikasi Pembelajaran Interaktif untuk Mata Pelajaran Tematik Kelas Satu di Sdit Al-Kautsar Cikarang Berbasis Multimedia*. 8(1), 132–146.
- Ma'rufah, A. (2023). Strategi Service Quality Sebagai Media dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Pendidikan. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 813–822. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.355>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). "Florensia" Kota Sawahlunto Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Decision Making Of Batik Clothes In "Florensia" Stores, Sawahluto City. *Jm*, 1, 13–24.
- Nurhasanah, N., Perkasa, D. H., Magito, M., Fathihani, F., Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 27–44. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2702>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Santosa. (2019). *PERSEPSI WISATAWAN PADA SPORT TOURISM DOWNHILL BUKIT KLANGON*. 2(2).
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Violin, V., Mahfudnurnajamuddin, Hasan, S., & Sufri, M. (2021). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(3), 26–36.
- Yolanda, K. (2019). *Hubungan Antara Rebranding Dengan Brand Positioning Pada Starbucks Medan*.
- Yulianti, E., & Umbara, T. (2020). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE*. 8(2), 78–86.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>
- Adawia, P. R., Azizah, A., Endriastuty, Y., & Sugandhi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kereta Api Commuter Line (Studi Kasus Commuter Line Arah Cikarang Ke Jakarta Kota). *Sebatik*, 24(1), 87–95. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v24i1.869>
- Afif, Z. (2023). *Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan ,. 3, 682–693*.
- Alhababy, A. M. (2016). *PERAN ATRIBUT PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPTINT PERIPERA (Studi pada Mahasiswa STIE Malangkeçwara)*. 14(5), 1–23.
- Annisah. (2021). *Menggunakan Sidimpuan Travel*.

- Aprita Nur Maharani, R., & Ali Alam, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 235–242. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.22>
- Efendi, N., Ginting, S. O., & Halim, J. (2020). Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(2), 102–112. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i2.3135>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Exreana Karundeng, M., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517. <file:///C:/Users/rizky/Downloads/npioh,+Jurnal+Meijina+511-517.pdf>
- Heryanti, A. H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (EPayment). *Journal on Education*, 5(3), 8080–8096. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1595>
- Hoffman, D. W. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Umum Dr. Pirngadi Medan*.
- Janto, H., & Purwandari, N. (2022). *Aplikasi Pembelajaran Interaktif untuk Mata Pelajaran Tematik Kelas Satu di Sdit Al-Kautsar Cikarang Berbasis Multimedia*. 8(1), 132–146.
- Ma'rufah, A. (2023). Strategi Service Quality Sebagai Media dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Pendidikan. *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(2), 813–822. <https://doi.org/10.62775/edukasia.v4i2.355>
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). “Florensia” Kota Sawahlunto Influence Of Product Quality, Price And Promotion On Decision Making Of Batik Clothes In “Florensia” Stores, Sawahluto City. *Jm*, 1, 13–24.
- Nurhasanah, N., Perkasa, D. H., Magito, M., Fathihani, F., Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 27–44. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2702>
- Rahayu, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen T-Mart Express Indonesia. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v3i1.114>
- Santosa. (2019). *PERSEPSI WISATAWAN PADA SPORT TOURISM DOWNHILL BUKIT KLANGON*. 2(2).
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286–295. <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i4.62>
- Violin, V., Mahfudnurnajamuddin, Hasan, S., & Sufri, M. (2021). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(3), 26–36.

- Yolanda, K. (2019). *Hubungan Antara Rebranding Dengan Brand Positioning Pada Starbucks Medan*.
- Yulianti, E., & Umbara, T. (2020). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE*. 8(2), 78–86.
- Zaki, M., & Saiman, S. (2021). Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(2), 115–118. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i2.216>