

**Analisi Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pemasangan Plafon PVC
Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)
(Studi Kasus Desa Tanjung Serupa, Kec. Pakuan Ratu, Kab. Way Kanan)**

Refision Nugroho¹, Jati Imantoro², Yateno³
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro
Email : refisionnugroho@gmail.com

Abstrak

Pemasaran merupakan suatu badan yang segala kegiatan atau usaha yang dilakukan pada bidang pemasaran, yaitu mendistribusikan dari produsen ke konsumen melalui pemasaran. Pelaku utama dalam pemasaran plafon (PVC), yaitu plafon yang memiliki bahan yang anti air atau bahan yang elastis, sedangkan pihak-pihak yang terkait dalam penyiapan bahan baku plafon yaitu pekerja, jasa pemasangan plafon, jasa angkuta barang, serta pihak yang membantu dalam pemasarannya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, (Sukmadinata, 2006:5). Menggunakan metode penelitian ini untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) tersebut digunakan pada penelitian ini untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Plafon PVC. Analisis kepuasan konsumen secara keseluruhan dilakukan dengan menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala 0 sampai skala 1. Berdasarkan dari hitungan indeks kepuasan pelanggan, nilai CSI kualitas pemasangan Plafon mendapatkan skor sebesar 72.74 % yang berada pada rentang 66 – 80 artinya kepuasan pelanggan terhadap kualitas pemasangan Plafon secara keseluruhan yang dilihat berdasarkan kinerja dan kepentingan atribut-atribut berada pada kriteria “puas”. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasangan Plafon di Desa Tanjung Serupa, maka dapat di simpulkan Nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pemasangan plafon PVC adalah 72.74 % berdasarkan rentang kriteria CSI dengan skala 66 sampai 80 bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Desa Tanjung Serupa secara umum berada pada kategori puas artinya pelanggan merasa “puas” atas kualitas pemasangan Plafon.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pemasangan, *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Abstrak

*Marketing is a body that all activities or efforts are carried out in the field of marketing, namely distributing from producers to consumers through marketing. The main actors in ceiling marketing (PVC), namely ceilings that have water-repellent materials or elastic materials, while the parties involved in preparing ceiling raw materials are workers, ceiling installation services, goods transportation services, and parties who assist in marketing them. The type of research used in this research is descriptive and verification research. Verification research is a type of research that aims to test a theory or results of previous research, (Sukmadinata, 2006:5). Using this research method to determine the significant relationship between the variables studied. The *Customer Satisfaction Index* (CSI) method was used in this study to examine the effect of the dimensions of service quality on customer satisfaction in PVC ceilings. Analysis of overall customer satisfaction was carried out by*

calculating the value of the Customer Satisfaction Index (CSI). The consumer satisfaction scale commonly used in index interpretation is a scale of 0 to 1. Based on the calculation of the customer satisfaction index, the CSI value for ceiling installation quality gets a score of 72.74% which is in the range of 66 – 80 meaning customer satisfaction with the overall quality of ceiling installation. seen based on the performance and importance of the attributes are in the criteria of "satisfied". with a scale of 66 to 80 that the level of customer satisfaction in Tanjung Sesama Village is generally in the satisfied category, meaning that the customer feels "satisfied" with the quality of the ceiling installation.

Keywords: *Customer Satisfaction, Installation Quality, Customer Satisfaction Index (CSI)*

I. Pendahuluan

Pemasaran adalah suatu proses menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Secara sederhana, definisi pemasaran lebih identik dengan proses pengenalan produk atau layanan kepada konsumen yang potensial. Aspek-aspek untuk pemasaran ini meliputi periklanan, *public relation*, promosi, distribusi, penjualan, dan pelayanan konsumen.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler dalam Putro, et al. (2014) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Kepuasan konsumen tidak terlepas dari kualitas produk. suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk yang lain, salah satunya dari segi kualitas produk yang ditawarkan. Salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk yang tertinggi (Fuadi, Febriyanto : 2024). Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empathy*. *Tangible*, artinya segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik, dari pelayanan pekerja untuk para konsumennya. *Reliability*, yaitu yang mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti pihak perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal dan telah memenuhi permintaan konsumennya. *Responsive*, yaitu kemauan atau kesiapan para pekerja plafon untuk memberikan pelayanannya yang dibutuhkan konsumen. *Assurance*, meliputi pengetahuan karyawan terhadap produk secara tepat. Para pekerja plafon PVC juga memberikan keramah tamahan perhatian dan kesopanan dalam pelayanannya. *Empathy*, artinya perhatian secara individual yang diberikan pekerja plafon kepada konsumen seperti kemudahan dalam melakukan pemesanan lewat telpon atau lewat online.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk memilih plafon PVC sebagai objek penelitian karena, plafon PVC merupakan salah satu plafon yang banyak diminati orang dari pada plafon lainnya. Beberapa tahun terakhir, jumlah bisnis plafon di Lampung terus bertambah dengan beragam variasi produk yang ditawarkan, hal ini dipengaruhi oleh terjadinya perubahan pola konsumsi dan perubahan gaya hidup konsumen di Indonesia. Sudah banyak di Lampung yang menjalankan bisnis di bidang plafon.

Berdasarkan hasil prasurvey peneliti, lokasi usaha Plafon PVC terletak di Desa Tanjung Serupa, Kecamatan Pakuan Ratu, Kabupaten Way Kanan. Semakin banyak usaha dibidang Plafon maka dalam mendapatkan perhatian konsumen juga semakin ketat, oleh karena itu para pengusaha dengan jenis produk yang serupa harus memikirkan cara untuk memenangkan pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan ialah dengan membuat sesuatu yang berbeda dan istimewa. Menciptakan sesuatu yang unik dan menarik bisa menjadi alternatif untuk membedakan usaha Plafon PVC yang satu dengan yang lainnya melalui kualitas pelayanan yang baik dan nyaman.

Persaingan plafon di Lampung sendiri cukup ketat, apalagi banyaknya plafon plafon yang terbaru kususnya plafon PVC, sehingga pelanggan memilih plafon sesuai warna dan kualitas yang di inginkan agar kepuasan pelanggan terpenuhi. Persaingan dunia bisnis di Indonesia sudah semakin ketat dan keras, sehingga sudah menciptakan banyak perubahan bagi pembisnis, banyak hal yang mempengaruhi sehingga terjadinya persaingan, di dunia bisnis. Pembisnis plafon kususnya harus jeli-jelinya memilih bahan berkualitsa sehingga bahan tidak mudah cepet rusak atau mudah patah supaya pelanggan puas dengan bahan yang bagus, agar pelanggan juga bisa mempercantik atau memperindah rumah idamanya.

Tanjung Serupa adalah Kampung yang terletak di Kecamatan Pakuan Ratu Kabupaten Way Kanan Lampung. Kampung ini terdiri dari 4 Dusun, seperti Dusun Tanjung Sari, Tanjung Aman, Pringgondani dan Dusun Tanjung Serupa sendiri yg biasa disebut sebagai dusun Induk. Mayoritas penduduk di kampung ini berprofesi sebagai Petani perkebunan Karet dan Kelapa Sawit, Pesawahan, Buruh dan sisanya berdagang.

II. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung saat ini atau saat yang lampau. Penelitian verifikatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hasil penelitian sebelumnya, (Sukmadinata, 2006:5). Menggunakan metode penelitian ini untuk mengetahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) tersebut digunakan pada penelitian ini untuk menguji pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Plafon PVC.

Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014:60) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan plafon PVC di Tanjung Serupa. Berdasarkan hasil survei pelanggan lebih memilih plafon PVC ini karna bahan yang elastis dan banyak variasi, warna dan rapi ketimbang plafon lainnya, karna plafon PVC sendiri tidak mudah rusak.

III. Hasil Dan Pembahasan

Pada penelitian ini, pengolahan data hasil penelitian dimulai dari uji kecukupan data untuk mengetahui data yang sudah diambil apakah cukup atau tidak untuk mewakili populasi, kemudian uji validitas dan uji reliabilitas jika semua data tersebut sudah valid dan reliable kemudian akan dilakukan analisis kinerja menggunakan perhitungan tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang melalui beberapa tahapan.

Kuisisioner

Jumlah kuisisioner yang sudah disebarakan pada responden yaitu sebanyak 90responden. Pada kuisisioner tersebut terdapat atribut-atribut pertanyaan untuk mengetahui tentang kepuasan pelanggan terhadap kualitas pemasangan plafon yang dilakukan oleh pihak jasa pemasang plafon tersebut. Berikut ini merupakan rincian dari responden yang telah mengisi kuisisioner tersebut :

Jumlah kuisisioner yang disebarakan : 90

Jumlah kuisisioner yang dapat diolah : 90 (Valid)

Jumlah kuisisioner yang tidak dapat diolah : 0

Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan teknik *Corrected Corelation* menggunakan program aplikasi SPSS versi 16.0. Berikut langkah-langkah dalam menguji validitas data:

- a. Menentukan Hipotesis
 H_0 = Butir pertanyaan kuisisioner valid
 H_1 = Butir pertanyaan kuisisioner tidak valid
- b. Menentukan nilai r_{tabel}
 Untuk harga r_{tabel} dengan tingkat $\alpha = 5\%$ dan *degree of freedom* (df) = $N-2 = 90 - 2 = 88$, maka nilai $r_{tabel} = 0,207$
- c. Mencari nilai r_{hitung}
 Perhitungan r_{hitung} dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*. Nilai r_{hitung} dapat dilihat dari hasil *output SPSS 16.0* pada nilai *Corrected Item Total* (output terlampir).
 Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima
 Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- d. Membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}
 Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima (Valid)
 Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak (Tidak valid)
 Untuk melihat hasil perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dari semua butir pertanyaan kuisisioner yang telah dihitung menggunakan *software SPSS 16.0 for windows*

Uji Reliabilitas

Teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software SPSS 16.0 for windows*.

Berikut langkah-langkah :

1. Menentukan Hipotesis
 H_0 = Butir pertanyaan kuisisioner reliabel
 H_1 = Butir pertanyaan kuisisioner tidak reliabel
2. Menentukan nilai r_{hitung}
 Hasil dari perhitungan $r_{Cronbach's\ Alpha}$ pada *software SPSS 16.0 for windows* dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.2 *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.951	20

Tabel 4.3 *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepuasan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.942	20

Jika $r_{hitung} \geq 0.6$ maka H_0 diterima

Jika $r_{hitung} < 0.6$ maka H_0 ditolak

Tingkat Kesesuaian

Dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian yang nantinya untuk menentukan apakah perusahaan itu melakukan tindakan atau mempertahankan dari atribut pelayanannya, selain itu tingkat kesesuaian juga menentukan atribut mana yang menjadi prioritas untuk peningkatan dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut :

1. Menghitung skor kepuasan dan skor kepentingan
 Menjumlahkan Atribut Kepuasan ke 1 – ke 90 = 377
 Menjumlahkan Atribut Kepentingan ke 1 – ke 90 = 432
2. Menghitung tingkat kesesuaian
 Tingkat kesesuaian atribut 1
 = (skor kepuasan atribut 1 : skor kepentingan atribut 1) x 100%
 = (377 : 432) x 100%
 = 87,268 %
 Rata-rata tingkat kesesuaian
 = (Jumlah skor tingkat kesesuaian) : 20
 = 1.971,57 : 20
 = 98,579 %

Batas dari pengambilan keputusan yaitu sebesar 98.48 % \approx 98 % dengan cara menggunakan tolak ukur yaitu nilai rata-rata tingkat kesesuaian atribut pertanyaan.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bila $TK < 98\%$ maka dilakukan perbaikan / *action* (A)
2. Bila $TK \geq 98\%$ maka dilakukan usaha untuk mempertahankan prestasi/*hold* (H)

Rata-Rata Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kepuasan

Sebelum menentukan nilai kepentingan dan nilai kepuasan konsumen ke dalam diagram kartesius terlebih dahulu mencari rata-rata dari tiap atribut dari nilai kepentingan dan nilai kepuasan konsumen. Contoh perhitungan untuk mencari rata-rata nilai atribut 1 :

$$\text{Rata-rata kepuasan} : \bar{Y} = \frac{\sum F_i}{n} = \frac{364,5}{90} = 4,05$$

$$\text{Rata-rata kepentingan} : \bar{X} = \frac{\sum K_i}{n} = \frac{385,2}{90} = 4,28$$

Analisis Data Dengan Customer Satisfaction Index (CSI)

Perhitungan CSI didapat dari nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan kinerja dari masing-masing bobot. Contoh perhitungannya untuk atribut 1 sebagai berikut :

$$1. \text{ Rata-rata kepuasan: } Y = \frac{\sum F_i}{n} = \frac{339,3}{90} = 3,77$$

$$2. \text{ WF\%} = \frac{P}{(\sum_{i=1}^P \bar{Y}) : \text{Responden}} = \frac{3,77}{82,04} = \frac{3,77}{0,91} = 4,14$$

$$3. \text{ Rata-rata kepentingan : } X = \frac{\sum K_i}{n} = \frac{388,8}{90} = 4,32$$

$$4. \text{ WS} = \text{WF\%} \times \bar{X} = 4,14 \times 4,32 = 17,88$$

Untuk hasil yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.11 di bawah ini :

Tabel 4.11 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Atribut	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF(%)	Rata-rata Tingkat Kepuasan	WS
1	Kermahan dan kesopanan dalam melayani konsumen	4.32	4.14%	3.77	17.90
2	Kesesuaian harapan atau keinginan konsumen pada plafon PVC	4.28	4.56%	4.15	19.52
3	Penawaran warna dan motif kepada konsumen	3.89	4.75%	4.32	18.47
4	kenyamanan yang di berikan saat pelayanan	3.93	4.70%	4.28	18.48
5	ketepatan dan kecepatan dalam melakukan pemasangan plafon PVC	4.07	4.27%	3.89	17.40
6	Memberikan kualitas produk dalam hal ketahanan	3.77	4.32%	3.93	16.28
7	Merupakan produk yang simple dan ramah lingkungan	4.15	4.40%	4,00	18.24
8	Kualitas plafon PVC berbeda dibandingkan dengan palfon-plafon merek lain, seperti gypsum, grc dll	4.32	4.35%	3.96	18.80
9	Plafon PVC merupakan bahan ringan dan nyaman saat dipasangkan dalam ruangan dan tahan lama	4.28	4.45%	4.05	19.05
10	Merupakan produk yang menginovasi anda	4.03	4.35%	3.96	17.54
11	Produk plafon PVC memiliki harga yang terjangkau di semua kalangan	4.04	4.34%	3.95	17.54
12	Memiliki daya saing harga yang lebih unggul	4.04	4.38%	3.99	17.71
13	kualitas produk sesuai dengan harganya	4.07	4.18%	3.8	17.00
14	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen	4.00	4.60%	4.19	18.42

15	memiliki harga yang terjangkau di bandingkan dengan plafon merk lain	4.19	4.55%	4.14	19.06
16	Kerapihan, kebersihan, dan pelayanan yang diberikan	4.14	4.59%	4.18	19.02
17	kondisi perlengkapan peralatan saat digunakan untuk memasang plafon PVC	3.77	4.44%	4.04	16.74
18	Melakukan pelayanan secara ramah dan professional terhadap konsumen	4.15	4.44%	4.04	18.42
19	Melakukan pekerjaan secara cepat, tepat dan rapih	4.32	4.47%	4.07	19.32
20	Melakukan pekerjaan secara cepat, tepat dan rapih	4.28	4.40%	4.00	18.81
Total					363.72

$$\begin{aligned}\text{Indeks Kepuasan Pelanggan} &= (\text{Total WS} : \text{skala maksimum}) \times 100\% \\ &= (363.72 : 5) \times 100\% \\ &= 72.74 \%\end{aligned}$$

IV. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada pemasangan Plafon di Desa Tanjung Serupa, maka dapat di simpulkan Nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pemasangan plafon PVC adalah 72.74 % berdasarkan rentang kriteria *CSI* dengan skala 66 sampai 80 bahwa tingkat kepuasan pelanggan di Desa Tanjung Serupa secara umum berada pada kategori puas artinya pelanggan merasa “puas” atas kualitas pemasangan Plafon.

Berdasarkan pada hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat peneliti kemukakan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi Pihak jasa pemasangan Plafon atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam hal ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Upaya peningkatan kualitas pemasangan Plafon terus- menerus dilakukan agar kepuasan pelanggan benar-benar terpenuhi dan berdaya saing.
2. Tetap mempertahankan atribut-atribut yang dianggap sudah memuaskan konsumen sehingga peningkatan kualitas pemasangan Plafon akan terfokus pada atribut –atribut yang dianggap kurang.
3. Pelaksanaan upaya perbaikan harus dipantau dan dievaluasi agar kepuasan pelanggan benar-benar terpenuhi.

Daftar Pustaka

- Armanto, Ichsan Dwi. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Indihome Triple Play*. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 7(3). 1284-1285.
- Fathoni, Muhammad. (2007). Analisis Perilaku Konsumen Waroeng Taman di Kota Bogor. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Fuadi, S., Febriyanto, F., & Kurniawan, R. J. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ayam Geprek Agan 15 A Kota Metro. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(2), 219-232.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoko, Bagus. 2017. Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*. 18(1), 64 dan 66.
- Hidayati, P.E. 2004. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan Grapari Telkomsel Jakarta Utara. Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, Erlangga, Jakarta, 2012, hal. 1
- Ibrahim, Malik dan Sitti Marijam Thawil. 2019. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. 4(1). 177
- Kombong, Elisya Nurani. (2007). Analisis Perilaku dan Kepuasan Konsumen Restoran Bakul-Bakul Bogor. Skripsi. Program Sarjana Ekstensi Manajemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Land. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi 12. PT Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Lubis, Alfi Syahri. Nur Rahmah Andayani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam. *Jurnal Of Business Administrastion*. 1(2). 234-235.
- Mardalis, Ahmad. 2005. Meraih Loyalitas Pelanggan. *BENEFIT: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 9(2). 112-113.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. 6(2). 125.

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 5. No. 1 (2025)

Ofela, Hana dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(1). 5.

Renata. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Semarang. Undip

Rahmani, V. 2009. Tingkat Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Rumah Sakit Umum BhaktiAsih Tangerang dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI. Tangerang

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

Sri Indra Maiyanti, Irmeilyana, Verawaty. (2009). *Aplied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) to know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Services*. Jurnal : Universitas Sriwijaya