

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA CAFE SIESAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN TRIZ

Novia¹, Lia Milana²

Fakultas Teknik, Program Studi Industri, Universitas Majalengka, Majalengka
Alamat Korespondensi: noviach20@gmail.com

Fakultas Teknik, Program Studi Industri, Universitas Majalengka, Majalengka
Alamat Korespondensi: Milanalia888@yahoo.co.id

Abstrak

Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Cafe Siesan dilakukan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan TRIZ. Kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa besar tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan tingkat ekspektasi konsumen. Kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk atau pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kepuasan konsumen adalah munculnya perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Analisa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu dengan menggunakan atribut bauran pemasaran (4P) product/pelayanan, price/harga, place/tempat, dan promotion/promosi yang menggunakan perhitungan nilai rata-rata antara persepsi konsumen dengan kinerja karyawan, nilai GAP, dan diagram kartesius. Faktor yang paling dominan adalah product/pelayanan, place/tempat, dan promotion/promosi, dimana disebabkan bahwa pelayanan, tempat, dan promosi kurang memenuhi tingkat persepsi/keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan. Dengan mengetahui permasalahan dan hasil dari penilaian ini yaitu, Product/Pelayanan dengan presentase 88,75% (belum memuaskan) dan nilai GAP -0,2, lalu ada price/harga dengan presentase 87,85% (belum memuaskan) dan nilai GAP -0,5, kemudian place/tempat dengan presentase 91,83% (belum memuaskan) dan nilai GAP -0,4, dan yang terakhir promotion/promosi dengan presentase 83,75% (belum memuaskan) dan nilai GAP -0,6.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Atribut 4P, Nilai GAP, Importance Performance Analysis, dan TRIZ

Abstract

Consumer satisfaction with service quality at Siesan Cafe is carried out using the Importance Performance Analysis (IPA) and TRIZ methods. Service quality is defined as a large measure of the level of service that can be provided in accordance with the level of consumer expectations. Consumer satisfaction is used to determine the level of customer satisfaction with the quality of products or services provided by the company. Consumer satisfaction is satisfaction. Consumer pleasure is satisfaction using the marketing mix attributes (4P) of products /services, prices /prices, places /places, and promotions /promotions that use average value calculations between consumer perceptions and employee performance, GAP values, and Cartesian diagrams. The most dominant factor is the product /service, place/place, and promotion/ promotion, wherein because of that service, place, and promotion does not meet the level of consumer perception/desire, so consumers feel less satisfied with the services provided from this value, namely, Products/Services with a percentage of 88.75% (not satisfactory) and a GAP value of -0.2, then there is a price/ price with a percentage of 87.85% (not satisfactory) and a GAP value of -0.5, then a place/place with a

percentage of 91 , 83% (not satisfactory) and GAP value -0.4, and the last promotion / promotion with a percentage of 83.75% (not satisfactory) and GAP value -0.6.

Keywords: Consumer Satisfaction, 4P Attributes, GAP Value, Important Performance Analysis, and TRIZ

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis jasa saat ini sangat pesat, dengan semakin bertumbuhnya bisnis jasa di Indonesia hal ini mengakibatkan persaingan semakin tinggi, konsumen semakin selektif dalam membeli dan memilih produk dan jasa yang dibutuhkan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Produk dan jasa yang mampu memenangkan persaingan dengan para pesaing di perlukan strategi yang dapat meningkatkan layanan dan mampu bersaing secara efektif dalam pasar yang kian kompetitif ini. Memenangkan persaingan dan mempertahankan usaha agar tetap hidup, berkembang dan mendapatkan pelanggan semaksimal mungkin.

Kualitas layanan diartikan sebagai ukuran seberapa besar tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan tingkat ekspektasi konsumen. Dengan kata lain faktor yang mempengaruhi kualitas layanan adalah pelayanan yang diharapkan oleh konsumen apabila pelayanan melebihi dari apa yang diharapkan oleh konsumen maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik (positif), dan sebaliknya apabila pelayanan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen bisa dikatakan kualitas pelayanan itu buruk (bernilai negatif).(Fandy Tjiptono 2016).

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (konsumen). (Risep KU & Niluh PH, 2018).

TRIZ adalah metode kreatif yang dapat dideskripsikan sebagai proses pemecahan masalah yang terstruktur dengan integrasi

kumpulan permasalahan dan Resolution Tools. Solusi yang didapatkan dengan metode TRIZ hanya berbentuk rekomendasi.(Hananingsih W, Dkk, 2017).

Café Siesan merupakan salah satu Café yang mengedepankan kualitas pelayanan untuk memperoleh kepuasan konsumen. Namun, pelayanan yang diberikan oleh Café Siesan ternyata kurang memenuhi kepentingan konsumen terhadap kinerja pelayanan, konsumen merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh Cafe Siesan. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Cafe Siesan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan TRIZ.

Untuk menganalisis atribut-atribut yang dapat disajikan adalah atribut bauran pemasaran (4P) yang meliputi product, price, place, and promotion.(Wiwaha P D ., Whydiantoro, 2019).

Melalui atribut-atribut (4P) ini akan diketahui apa saja yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk berkunjung ke Cafe Siesan.

Kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk atau pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kotler (1998) dalam Fandy Tjiptono (2016).

Metode Importance Performance Analysis (IPA), yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dengan mengukur tingkat harapan konsumen dan mengukur kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen. Metode TRIZ, yaitu metode kreatif yang dapat dideskripsikan sebagai proses pemecahan masalah yang terstruktur dengan integrasi kumpulan permasalahan dan Resolution

Tools. Solusi yang didapatkan dalam metode TRIZ hanya berbentuk rekomendasi. (Suhartini & Bagus B, 2016)

Analisis GAP digunakan untuk mengidentifikasi PFI (Priorities For Improvement), yaitu bidang-bidang dengan potensi terbesar untuk penyempurnaan kepuasan pelanggan. Sedangkan jenis penelitiannya adalah analisis deskriptif yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik ubahan penelitian. (Melfa Y & Duwi B, 2013).

Kuesioner dibuat untuk mengetahui kinerja pegawai dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan pada Cafe

Semua atribut tersebut berhubungan dengan konsumen karena yang akan diteliti berhubungan dengan kinerja (performansi) dan kepentingan/harapan (ekspektasi) yang konsumen rasakan terhadap jasa pelayanan dari cafe siesan. Skala yang digunakan dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert. Uji validitas ini dilakukan dengan 2 cara yaitu manual perhitungan Microsoft Excell dengan menggunakan teknik Moment Pearson dan dengan menggunakan bantuan SPSS 25. (Iswari M I I, Dkk, 2015).

Perhitungan manual dilakukan dengan membandingkan r tabel dengan r hitung. Jika r hitung $>$ r tabel maka atribut tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya. Dalam hal ini atribut atau indikator yang tidak valid tidak diikutsertakan dalam perhitungan selanjutnya dan data yang valid akan dilanjutkan dalam perhitungan selanjutnya. Uji realibilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS 25. (Sudirno & Suparno, 2017).

Dimana jika hasil perhitungan dengan SPSS 25 mendapatkan nilai $\alpha > 0,6$ maka dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan hasil dari kuisisioner, maka dapat diketahui masing-masing nilai atribut performansi dan ekspektasi kualitas pelayanan konsumen Cafe Siesan. Setelah itu dilanjutkan ketahap

Siesan. Responden konsumen dari Cafe Siesan diambil dari beberapa pelanggan/konsumen yang sering menggunakan pelayanan jasa dari Cafe Siesan. Jumlah responden yang mengisi kuisisioner mengenai tingkat kinerja dan kepentingan sebanyak 60 konsumen berdasarkan perhitungan dengan metode Slovin. (Leonaerd W M, Dkk, 2013).

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} \dots (1)$$

Penyusunan kuisisioner berdasarkan atribut Bauran Pemasaran (4P) antara lain product, price, place, dan promotion.

selanjutnya, dimana dapat diketahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dan dipertahankan.

Untuk kuadran I perlu peningkatan kinerja, karena pelanggan kurang merasa puas sedangkan faktor tersebut dianggap sangat penting, sedangkan untuk kuadran II merupakan faktor yang harus dipertahankan karena akan pelanggan mendapatkan kepuasan, kuadran III berisikan prioritas rendah, pihak manajemen tidak terlalu memprioritaskan untuk perbaikan, tetapi jika ingin dilakukan perbaikan akan jauh lebih baik untuk mendapatkan hasil yang jauh lebih sempurna bagi perusahaan sehingga tidak kalah dengan kompetitornya, kuadran IV berisikan cenderung berlebihan, sehingga faktor-faktor tersebut tidak perlu diperhatikan. (Ranitaswari A P, Dkk, 2018).

Tabel 1. Indikator Dimensi dan Atribut Bauran Pemasaran

Atribut	Pertanyaan
No.	
Product / Pelayanan	

1.	Kebersihan makanan/minuman
2.	Kelezatan makanan/minuman
3.	Ketepatan makan/minuman yang dipesan
4.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen
5.	Melayani konsumen dengan baik
6.	Perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen
7.	Mengutamakan keamanan konsumen
8.	Perhatian dengan keinginan konsumen
9.	Sikap ramah karyawan terhadap konsumen
10.	Pegawai yang sopan, ramah, tertib, dan rapih
11.	Kecepatan makanan dan minuman yang dipesan
12.	Kecepatan pelayanan dalam melayani

Price/Harga

13.	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan
14.	Kesesuaian harga produk yang tercantum dimenu

Place /Tempat

15.	Kebersihan dalam ruangan cafe
16.	Tempat duduk yang tersedia
17.	Fasilitas pendukung cukup menunjang (musik, tv)
18.	Perasaan aman ketika berada dicafe ini
19.	Jaminan keamanan yang yang diberikan cafe
20.	Keamanan kendaraan yang diparkir
21.	Lokasi cafe yang mudah dijangkau

Promotion / Promosi

22.	Pemberian diskon dalam pembelian tertentu
23.	Adanya promosi dalam menawarkan produk/menu
24.	Sering ada promo atau potongan harga
25.	Informasi mengenai menu yang disajikan

2. Metode Penelitian

2.1 Metode Lapangan (Field Research)

Metode ini dilakukan penulis secara langsung dengan mengumpulkan data yang berhubungan dengan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan. Data-data tersebut penulis kumpulkan dengan cara:

a. Observasi (pengamatan langsung)

Dilakukan untuk memperoleh data secara langsung dari sumber, khususnya untuk melihat teknologi apa yang diterapkan saat ini.

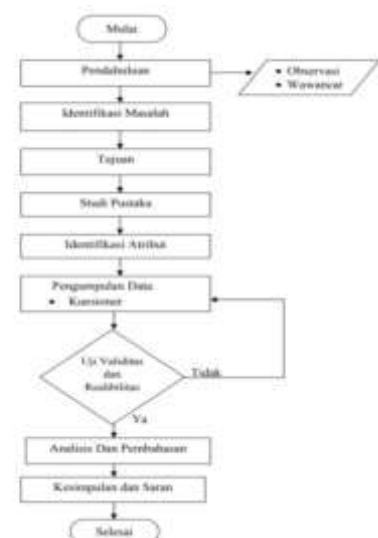
b. Interview (wawancara)

Penulis melakukan interview (wawancara) untuk mendapatkan penjelasan dari masalah-masalah yang sebelumnya kurang jelas dan untuk meyakinkan bahwa data yang diperoleh/kumpulkan benar-benar akurat.

c. Kuesioner

kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner diukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan data yang valid dan reliabel. Data yang terkumpul jenisnya kualitatif yang akan dikonversikan kedata kuantitatif (terhitung).

2.2 Flowchart



Gambar 1. Diagram Alir Langkah-Langkah Penyelesaian Masalah

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pendahuluan

Merupakan survei awal untuk mengetahui kondisi perusahaan.

2. Identifikasi Masalah

Merupakan bagian dari kegiatan penelitian untuk mendapatkan gambaran tentang atribut yang menjadi permasalahan dan mencari solusi dari permasalahan yang ada, dengan melakukan observasi dan wawancara.

3. Tujuan

Secara umum kerja praktek ini bertujuan untuk memahami kondisi nyata suatu kegiatan industri dalam hal menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

4. Studi Pustaka

Penulis mencari dan mengumpulkan bahan teoritis yang relevan untuk menunjang dan membantu kegiatan kerja praktek ini serta dalam penyusunan laporan kerja praktek. Dalam hal ini penulis mencari referensi buku atau dari internet yang berkaitan dengan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan.

5. Identifikasi Atribut

Penulisan atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil studi pustaka dan observasi langsung di lapangan dengan melihat dan merasakan keadaan langsung, selain itu juga dengan melakukan penyebaran

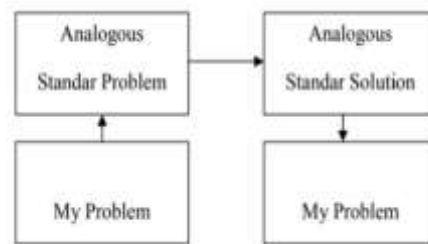
questioner terbuka dan wawancara terhadap konsumen Cafe Siesan.

6. Pengumpulan Data

Merupakan suatu tahapan untuk memperoleh data dengan melakukan Kuisisioner. kuisisioner disebarkan kepada responden yang bertujuan untuk menganalisis jawaban responden.

2.3 Teori Inovatif Pemecahan Masalah

Meskipun banyak digunakan pendekatan desain dan pengembangan seperti Quality Function Development, yang menunjukkan apa yang harus diselesaikan tetapi bukan bagaimana teknologi memecahkan hambatan yang muncul. (Mann, DL Domb, 2014)



Gambar 2. Model umum pemecahan masalah

puas, skor 4 untuk jawaban baik/puas, skor 3 untuk jawaban cukup baik/cukup puas, skor 2 untuk

jawaban tidak baik/tidak puas, skor 1 untuk jawaban sangat tidak baik/sangat tidak puas. (Fandy Tjiptono 2016).

3.2 Analisis GAP

Setelah skor kepentingan atau harapan dengan skor kinerja atau kenyataan teridentifikasi langkah selanjutnya yaitu membandingkan antara skor kepentingan dan skor kinerja menggunakan analisis GAP.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Analisis Data Tingkat Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari persepsi atas kenyataan dan harapan. Kenyataan berada dibawah kepentingan atau harapan, maka konsumen tidak akan merasa puas. Sebaliknya, juga kenyataan memenuhi kepentingan atau harapan, maka konsumen akan merasa puas. Pemberian skor terhadap masing-masing butir pernyataan adalah skor 5 untuk jawaban sangat baik/sangat

Analisis GAP digunakan untuk mengidentifikasi PFI (Priorities For Improvement), yaitu bidang-bidang dengan potensi terbesar untuk penyempurnaan kepuasan pelanggan. (Anri C A & Renata Y, 2017). Analisis GAP dihitung dengan rumus:

$$\text{GAP} = \text{Skor Kinerja} - \text{Skor Kepentingan}$$

3.3 Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 2. Hasil GAP Kepentingan dan Kinerja Kualitas Pelayanan Pada Cafe Dengan Metode IPA

No	Atribut	Kepentingan	Kinerja	GAP
Product/Pelayanan				
1.	Kebersihan makanan/minuman	3,8	3,2	-0,6
2.	Kelezatan makanan/minuman	3,9	3,2	-0,7
3.	Ketepatan makan/minuman yang dipesan	3,5	3,1	-0,4
4.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	2,9	3,1	0,2
5.	Melayani konsumen dengan baik	4,2	3,4	-0,8
6.	Perhatian kepada setiap kebutuhan konsumen	3,9	3,1	-0,8
7.	Mengutamakan keamanan konsumen	3,0	3,3	0,3
8.	Perhatian dengan keinginan konsumen	3,9	3,4	-0,5
9.	Sikap ramah karyawan terhadap konsumen	3,8	3,4	-0,4

10.	Pegawai yang sopan, ramah, tertib, dan rapih	3,8	3,4	-0,4
11.	Kecepatan makanan dan minuman yang dipesan	3,8	3,2	-0,6
12.	Kecepatan pelayanan dalam melayani	4,0	3,3	-0,7
Rata-rata		3,7	3,5	-0,2

Price/Harga

13.	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	4,2	3,3	-0,9
14.	Kesesuaian harga produk yang tercantum dimenu	3,5	3,4	-0,1
Rata-rata		3,8	3,3	-0,5

Place/Tempat

15.	Kebersihan dalam ruangan cafe	4,1	3,4	-0,7
16.	Tempat duduk yang tersedia	3,5	3,1	-0,4
17.	Fasilitas pendukung menunjang (musik, tv)	2,9	3,2	0,3
18.	Perasaan aman ketika berada di cafe ini	3,9	3,3	-0,6
19.	Jaminan keamanan yang diberikan cafe	3,6	3,1	-0,5
20.	Keamanan kendaraan yang diparkir	3,3	3,3	0
21.	Lokasi cafe yang mudah dijangkau	3,9	3,3	-0,6
Rata-rata		3,6	3,2	-0,4

Promotion/Promosi

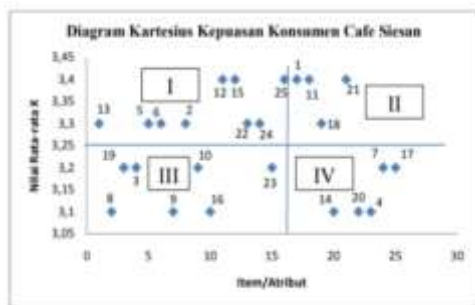
22.	Pemberian diskon dalam pembelian tertentu	3,9	3,2	-0,7
23.	Adanya promosi dalam menawarkan produk/menu	3,6	3,2	-0,4
24.	Sering ada promo atau potongan harga	3,8	3,1	-0,7

25.	Informasi mengenai menu yang disajikan	4,0	3,3	-0,7
Rata-rata		3,8	3,2	-0,6

Nilai GAP negatif berarti menunjukkan bahwa konsumen kurang/tidak puas terhadap pelayanan yang diterima, sedangkan nilai GAP yang positif menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap pelayanan yang diterima. Rata-rata GAP pada Product/Pelayanan yaitu -0,2, Price/Harga -0,5, Place/Tempat -0,4, dan Promotion / Promosi yaitu -0,6.

3.4 Diagram Kartesius

Diagram Kartesius akan terbagi menjadi 4 kuadran yaitu kuadran I, II, III, dan IV.



Gambar 3. Diagram Kartesius

Berdasarkan analisis dengan metode IPA, maka atribut item no. 2, 5, 6, 12, 13, 15, 22, 24, dan 25 berada pada kuadran I, atribut item no. 1, 11, 18, dan 21 berada pada kuadran II, atribut item no. 3, 8, 9, 10, 16, 19, dan 23 berada pada kuadran III, dan atribut item no. 4, 7, 14, 17, dan 20 berada pada kuadran IV.

Hasil analisis dengan menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) menunjukkan bahwa atribut item no. 2, 5, 6, 12, 13, 15, 22, 24, dan 25 yang berada pada prioritas utama yaitu kuadran I. Atribut tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen namun manajemen belum dapat melaksanakan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas.

4.5 Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan TRIZ

Pada metode TRIZ indikator dengan kualitas terburuk diambil untuk kemudian dilakukan pengembangan dan pemecahan masalah yaitu terdapat pada atribut *promotion* / promosi :

1. Item 15 : Kebersihan dalam ruangan Cafe.

Prinsip TRIZ Yang terdapat pada item 15 :

23 = Feedback (umpan balik),

25 = Self-service (swalayan),

2. Item 22 : Pemberian diskon dalam pembelian tertentu.

Prinsip TRIZ Yang terdapat pada item 22 :

20 = Continuity of a useful action (kelanjutan dari tindakan yang bermanfaat),

23 = Feedback (umpan balik),

25 = Self-service (swalayan),

3. Item 24 : Sering ada promo atau potongan harga.

Prinsip TRIZ Yang digunakan :

19 = Periodict action

20 = Continuity of a useful action

22 = Convert harm into benefit

23 = Feedback (umpan balik)

4. Item 25 : Informasi mengenai menu yang disajikan.

Prinsip TRIZ Yang digunakan:

21 = Rushing through

22 = Convert harm into benefit

32 = Changing the color

4. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Cafe Siesan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan TRIZ berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut pelayanan dapat disimpulkan bahwa Cafe Siesan Belum Memenuhi Kepentingan/Harapan Konsumen, sehingga konsumen Belum Puas terhadap pelayanan pada Cafe Siesan.

Dengan atribut yang harus diperbaiki berada pada item no. 2, 5, 6, 12, 13, 15, 22, 24, dan 25.

5. Daftar Pustaka

- Anri C A., Renita Y., Analisis KepuasanKonsumenBerdasarkan dimensiServicescape Menggunakan Metode Importance Performance Analysis. Universitas Telkom Bandung, 2017.
- Hananingsih W, R.,Usman E.,RetnoA., AnalisisPeningkatanKualitasPelayan anMenggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan TRIZ (Studi Kasus Pada “Restoran Ocean Garden” Malang), Universitas Brawijaya Malang, 2017.
- Iswari M I I., Wiranatha S A A., Satriawan K I., Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, 2015.
- Leonard W M., Hadi S., Sirajuddin., Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Banten, 2013.
- Mann, DL Domb, E., 40 Inventive (Business) Principles Whit Example, TRIZ Journal, September 1999. Suryawan, 2014.
- Melfa Y., Duwi B., Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA), UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2013.
- Ranitaswari A P., Mulyani S., Sadyasmara B A C. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis .Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, 2018.
- Risep KU., Niluh P H., Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA), Institut Teknologi Adhi Tama, 2018.
- Suhartini.,Bagus B., Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Service Melalui Metode Servqual, AHP Dan TRIZ, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, 2016.
- Wiwaha P D ., Whydiantoro., Persepsi Kepuasan Konsumen Terhadap Penerapan Marketing Mix (Product, Price, Promotion, Place) di Pabrik Kecap Majalengka (Studi Kasus: Pabrik Kecap Ban Bersayap).Universitas Majalengka 2019.