Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Citanaya Titip Barang dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Sakina Zakaria[1], Gatot Basuki[2]
Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya[1,2]
email: zakariasakina105@gmail.com, gatotbasukihm@itats.ac.id

ABSTRACT

Citanaya Titip Barang is a service business specializing in parcel storage and delivery from Surabaya to Ende, East Nusa Tenggara, with a primary focus on customer satisfaction and time delivery, This research aims to analyze customer satisfaction towards the service quality of Citanaya Titip Barang using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The study reveals a customer satisfaction index of 0.87, falling within the CSI scale of 0.81-1.00, indicating high satisfaction with service attributes developed through open questionnaires. Some attributes that need to be maintained include neat and professional packaging, proactive notifications about delivery status, and other attributes located in Quadrant B of the IPA method. Meanwhile, attributes that need improvement are in Quadrant A, such as the ability to provide flexible delivery scheduling options and an online tracking system. Attributes in Quadrants C and D are not prioritized as their importance and impact on customer satisfaction are relatively low.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, and Logistic.*

ABSTRAK

Citanaya Titip Barang merupakan sebuah usaha jasa penitipan dan pengiriman barang dari Surabaya ke Ende, Nusa Tenggara Timur. Citanaya Titip Barang berfokus pada kepuasan pelanggan dan ketepatan waktu pengiriman dalam proses operasionalnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Citanaya Titip Barang dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa indeks kepuasan pelanggan pada Citanaya Titip Barang mencapai 0,87, berada dalam rentang skala CSI 0,81-1,00, menandakan kepuasan pelanggan yang tinggi terhadap atribut-atribut jasa yang telah dikembangkan melalui kuesioner terbuka. Beberapa atribut yang perlu dipertahankan mencakup kemasan barang yang rapi dan profesional, notifikasi proaktif mengenai status pengiriman, dan atribut lainnya yang berada pada Kuadran B metode IPA, serta beberapa atribut yang perlu ditingkatkan terletak pada kuadran A, seperti kemampuan menyediakan opsi jadwal pengiriman yang fleksibel dan sistem pelacakan online. Sedangkan atribut di Kuadran C dan D tidak diprioritaskan karena baik kepentingan maupun dampaknya terhadap kepuasan pelanggan relatif rendah.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Customer Satisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*, dan Logistik.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi dinamika perkembangan dunia industri pengiriman yang semakin pesat, pelayanan yang berkualitas menjadi kunci utama. Sebagai bagian dari sektor logistik, berbagai usaha jasa pengiriman berupaya memenuhi tuntutan pelanggan [1]-[4]. Keberhasilan dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan serta ketepatan waktu pengiriman menjadi landasan strategis bagi perusahaan-perusahaan di sektor ini. Dengan fokus yang terarah pada aspek-aspek ini, perusahaan dapat membangun reputasi yang kuat dan

memenangkan persaingan di pasar yang terus berubah [4]-[9]. Dengan demikian, kualitas layanan dan ketepatan waktu pengiriman bukan hanya menjadi tujuan, tetapi juga menjadi pondasi utama untuk keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan di tengah dinamika industri pengiriman yang terus berkembang. [10]-[14]

Citanaya Titip Barang menghadapi tantangan dalam pengiriman, termasuk waktu yang tidak konsisten, kondisi barang yang kurang memuaskan, dan keluhan terkait biaya pengiriman. Dengan pertumbuhan pesat di Ende, Provinsi Nusa Tenggara Timur, perusahaan juga dihadapkan pada kendala pengelolaan jumlah pesanan dan faktor eksternal seperti kondisi cuaca [15]- [20]. Upaya perbaikan dan analisis aspek penting bagi pelanggan dilakukan untuk meningkatkan performa perusahaan dan kepuasan pelanggan [21].

Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI), Citanaya Titip Barang dapat mengidentifikasi atribut layanan yang krusial bagi pelanggan, memperbaiki aspek-aspek yang dianggap penting namun belum terpenuhi melalui analisis IPA, serta mengukur dan meningkatkan secara sistematis tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan CSI [22], [23]. Dengan demikian, perusahaan dapat merancang solusi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan, menjaga kepuasan pelanggan, dan mengoptimalkan performa pengiriman [24]

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah persepsi seseorang terhadap produk atau layanan jasa yang berkaitan dengan harapan pelanggan. Perasaan kecewa atau senang yang muncul dari pelanggan setelah melakukan perbandingkan antara persepsi terhadap kinerja suatu jasa dan ambisi-ambisinya [21]. Tingkat kepuasan secara umum dapat digambarkan pada situasi sebagai berikut; pelanggan akan kecewa jika kinerja dibawah harapan, puas jika kinerja sesuai harapan, dan sangat puas jika kinerja melampaui harapan [24].

Atribut Kepuasan Pelanggan

Atribut kepuasan pelanggan merupakan aspek berpotensi yang dapat diterima dengan baik oleh pelanggan dengan menggunakan suatu jasa, sehingga dapat menyempurnakan harapan dan menimbulkan kepuasan pelanggan. Atribut pembentuk kepuasan pelanggan meliputi: *reliability*, *tangibility*, *warranty*, *responsibility*, dan *empathy* [4].

Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut jasa [15]. Tahap-tahap pada metode CSI adalah sebagai berikut:

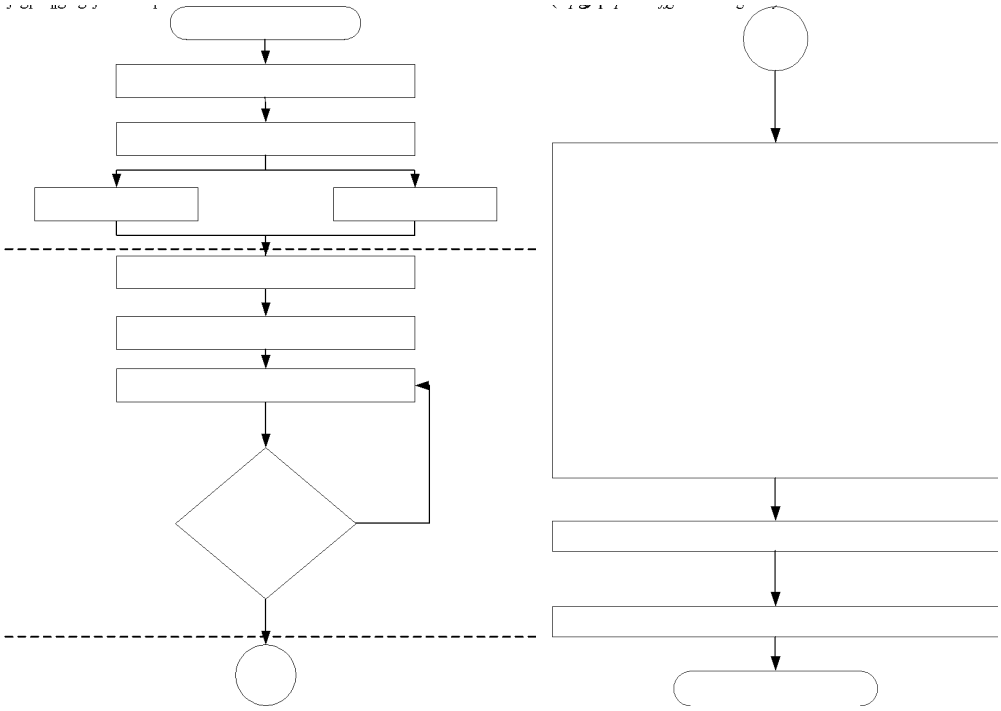
1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS)
2. Menentukan *Weight Factors* (WF)
3. Menentukan *Weight Score* (WS)
4. Merumuskan *Customer Satisfaction Index*

Importance Performance Analysis (IPA)

IPA fokus pada penilaian konsumen terhadap kepentingan suatu atribut dan bagaimana kinerja layanan dipandang oleh konsumen dalam konteks atribut tersebut. Rangkaian atribut layanan dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingannya menurut konsumen, dan kinerja layanan diukur dalam konteks masing-masing atribut. Analisis ini memberikan perbandingan antara tingkat kepentingan (*Importance*) yang diberikan oleh konsumen terhadap suatu atribut dengan kinerja aktual layanan (*Performance*) pada dimensi kualitas layanan [15].

METODE

Penelitian ini dilakukan di usaha Citanaya Titip Barang, sebuah perusahaan jasa pengiriman yang beroperasi dari Surabaya ke Ende, Nusa Tenggara Timur. Usaha ini menyediakan layanan pengiriman barang dengan biaya Rp. 10.000 per kilogram (via laut). Hasil identifikasi awal ditemukan bahwa Citanaya Titip Barang mengalami tantangan dalam performa pengiriman dan kepuasan pelanggan. Tahap-tahap penelitian dirumuskan pada *Flowchart* Metode Penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. *Flowchart* Metode Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner terbuka terhadap pelanggan yang setidaknya 1 (satu) kali menggunakan jasa pengiriman Citanaya Titip Barang. Sampel yang digunakan pada kuesioner terbuka adalah 10 responden sebagai *key informant* dalam memunculkan atribut jasa. Setelah berhasil mendapatkan atribut jasa, maka langkah selanjutnya adalah membuat kuesioner tertutup dengan teknik *skoring* menggunakan skala Likert. Terdapat 2 (dua) faktor yang akan dinilai, yaitu faktor kepentingan dan faktor kepuasan. Sampel yang digunakan pada kuesioner tertutup adalah sebanyak 385 responden.

Hasil pengujian statistik atribut kepentingan dan kepuasan pada uji kecukupan menunjukkan bahwa jumlah sampel dinyatakan cukup ($n = 385$), uji validitas data menghasilkan menghasilkan nilai dibawah *alpha* (0,05), dan uji reliabilitas data menghasilkan nilai di atas *Cronbach's Alpha* (0,60). Setelah itu, langkah selanjutnya adalah mengolah data menggunakan metode CSI dan metode IPA. Pembahasan juga akan difokuskan pada atribut-atribut yang terletak pada kuadran A dan B dikarenakan pada penelitian ini terdapat pengaruh yang cukup kuat antara atribut jasa dengan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan Atribut Jasa

Perancangan atribut jasa akan didasarkan pada 5 (lima) dimensi jasa mencakup bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), responsif (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) [25]. Atribut jasa yang diperoleh melalui kuesioner terbuka dapat dilihat pada Tabel 1 Perancangan Atribut Jasa di bawah ini:

Tabel 1. Perancangan Atribut Jasa

Kode	Attribut	Dimensi
TANG1	Kemasan barang yang rapi dan profesional	
TANG2	Penggunaan bahan kemasan yang kuat dan aman	*Tangibles*
...	...	
REL1	Kemampuan untuk menyediakan opsi jadwal pengiriman yang fleksibel	
REL2	Jaminan keamanan dan keutuhan barang selama proses pengiriman.	*Reliability*
...	...	
RES2	Memberikan notifikasi kepada pelanggan jika terjadi perubahan atau keterlambatan dalam pengiriman	
RES3	Kemampuan untuk merespons permintaan atau kebutuhan kustom dari pelanggan	*Responsiveness*
...	...	
EMP1	Pelayanan yang ramah dari staff atau admin.	
EMP2	Penyesuaian layanan berdasarkan preferensi pelanggan	*Empathy*
...	...	
AS1	Jaminan keamanan dan kerahasiaan informasi transaksi pelanggan	
AS2	Memberikan jaminan atau garansi atas kualitas barang yang dititipkan	*Assurance*
...	...	

Berdasarkan Tabel 1 di atas, maka dapat dirumuskan bahwa terdapat 25 atribut jasa pada Citanaya Titip Barang yang diperoleh melalui kuesioner terbuka. Setelah mendapatkan atribut jasa, maka langkah selanjutnya adalah memberikan skor pada masing-masing atribut dengan teknik kuesioner tertutup dengan sampel sebanyak 385 responden.

Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan pada penelitian ini meliputi uji kecukupan data, uji validitas data, dan uji reliabilitas data. Hasil pengujian statistik menggunakan IBM SPSS *Statistics* 2022, dan hasil dapat dilihat pada poin di bawah ini:

1. Uji kecukupan data menggunakan persamaan Cocharn dengan tingkat kepercayaan 95% ($\propto = 5\%$) sehingga hasil diperoleh sebesar 385 responden.
2. Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa 25 atribut jasa dinyatakan valid karena nilai Sig. (2-tailed) < Nilai α (0,05), sehingga penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya.
3. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa atribut kepentingan dan kepuasan dapat dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach's Alpha pada tiap variabel > 0,60, dan penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Customer Satisfaction Index

Pengolahan data menggunakan CSI melibatkan serangkaian langkah. Langkah pertama adalah melakukan perhitungan nilai rata-rata pada setiap atribut kepentingan, perhitungan nilai *weighted factor* kepentingan, nilai rata-rata atribut kepuasan, dan nilai *weighted score* kepuasan. Perhitungan-perhitungan tersebut dapat dinyatakan pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Perhitungan Atribut Kepentingan dan Kepuasan

No.	Atribut Dimensi Jasa	$\overline{Y}$	WF (%)	$\overline{X}$	WS
1	Kemasan barang yang rapi dan profesional	4,39	0,04	4,45	0,18
2	Penggunaan bahan kemasan yang kuat dan aman	4,42	0,04	4,68	0,19
3	Label atau kode barang yang jelas dan mudah dibaca	4,32	0,04	4,45	0,18
4	Tempat penyimpanan barang yang bersih dan terorganisir	4,35	0,04	4,19	0,17
5	Sistem pelacakan online yang dapat diakses oleh pelanggan	4,22	0,04	4,39	0,17
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
	Total	108.13	1.00	109.35	4.38

Keterangan:
$\overline{Y}$: Nilai rata-rata atribut kepentingan
$\overline{X}$: Nilai rata-rata atribut kepuasan
WF% : Nilai *weighted factor* (pembobotan faktor untuk atribut kepentingan)
WS : Nilai *weighted score* (pembobotan skor atribut kepuasan)

Berdasarkan Tabel 2, maka perhitungan indeks kepuasan pelanggan dapat dirumuskan pada persamaan berikut:

$$CSI = \frac{Total\ Weighted\ Score}{Skala\ Maksimal} \times 100\% = \frac{4{,}38}{5} \times 100\% = 0{,}876 \times 100\% = 87{,}60\%$$

Keterangan:
CSI : Nilai *Customer Satisfaction Index*
Total *Weighted Score* : Nilai total *weighted score*
Skala Maksimal : Skala terbesar yang digunakan pada kuesioner

Berdasarkan perhitungan CSI di atas, maka dapat diketahui nilai indeks kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut pelayanan Jasa Titip Citanaya adalah sebesar 87,60%. Persentase tersebut berada pada rentang skala CSI 0,81—1,00 yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap adanya atribut-atribut jasa yang telah dikembangkan melalui kuesioner terbuka pada Citanaya Titip Barang.

Importance Performance Analysis

Perhitungan metode IPA dimulai dengan menghitung tingkat kesesuaian atribut jasa. Tingkat kesesuaian dapat dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$TK_{Atribut\ ke-n} = \frac{Skor\ kepentingan\ atribut\ ke-n}{Skor\ kepuasan\ atribut\ ke-n} \times 100\%$$

Semakin tinggi nilai tingkat kesesuaian, semakin konsisten hasil IPA dalam mencerminkan prioritas atribut berdasarkan kepentingan dan kinerja. Atribut kepentingan

dilambangkan dengan Y, sedangkan atribut kepuasan dilambangkan dengan X. Tingkat kesesuaian pada masing-masing atribut dapat dirumuskan pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian Atribut Jasa

No.	Atribut Jasa	Total Skor		Tingkat Kesesuaian
		Y	X	
1	Kemasan barang yang rapi dan profesional	1690	1715	98,54%
2	Penggunaan bahan kemasan yang kuat dan aman	1700	1800	94,44%
3	Label atau kode barang yang jelas dan mudah dibaca	1665	1715	97,08%
4	Tempat penyimpanan barang yang bersih dan terorganisir	1675	1615	103,72%
5	Sistem pelacakan *online* yang dapat diakses oleh pelanggan	1625	1690	96,15%
...	...	...	...	...
...	...	...	...	...

Berdasarkan Tabel 3 di atas, maka diperlukan suatu penilaian khusus sebagai dasar untuk menentukan perbaikan terhadap aspek layanan yang perlu ditingkatkan dengan menghitung nilai rata-rata tingkat kesesuaian.

$$\overline{TK} = \frac{Total\ nilai\ TK}{Jumlah\ atribut} = \frac{98{,}54\%+94{,}44\%+\ldots+106{,}19\%}{25} = 99{,}27\%$$

Dengan hasil persamaan di atas, maka pengambilan keputusan untuk menahan (*Hold*) atau memberikan tindakan (*Action*) diambil dengan mempertimbangkan batas sebesar 99,27%, dengan kriteria sebagai berikut:

a. Bila $TK_n \leq 99{,}27\%$, maka diperlukan tindakan perbaikan (*Action*)
b. Bila $TK_n \geq 99{,}27\%$, maka cukup untuk dipertahankan (*Hold*)

Sehingga keputusan untuk melakukan *Hold* atau *Action* terhadap masing-masing atribut jasa dapat dirumuskan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Penentuan *Action Plan*

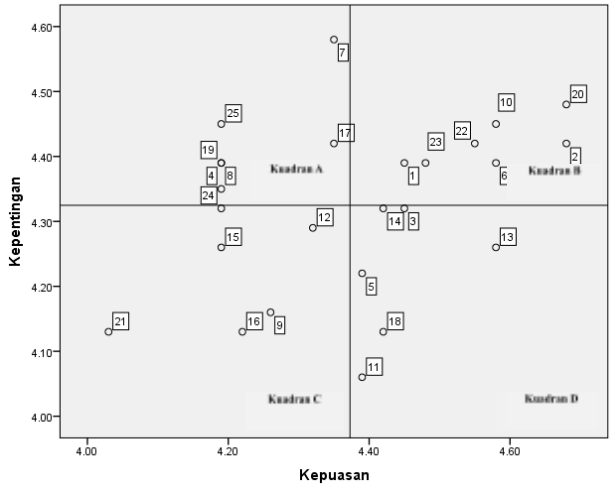
No	Atribut Jasa	Tingkat Kesesuaian	*Action*
1	Kemasan barang yang rapi dan profesional	98.54%	A
2	Penggunaan bahan kemasan yang kuat dan aman	94.44%	A
3	Label atau kode barang yang jelas dan mudah dibaca	97.08%	A
4	Tempat penyimpanan barang yang bersih dan terorganisir	103.72%	H
5	Sistem pelacakan *online* yang dapat diakses oleh pelanggan	96.15%	A
...	....	...	...
...	...	...	...

Tahap selanjutnya adalah merancang diagram Kartesius untuk mengetahui posisi setiap atribut pada kuadran IPA. Langkah yang pertama adalah menghitung nilai rata-rata setiap atribut jasa untuk faktor kepentingan dan faktor kepuasan. Perhitungan rata-rata untuk setiap atribut pada penelitian ini dapat merujuk pada Tabel 2, sehingga untuk menentukan titik potong grafik sumbu X dan sumbu Y pada diagram Kartesius dapat menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Sumbu\ Y\ (Kepentingan) = \frac{Total\ \bar{Y}}{n} = \frac{108{,}13}{25} = 4{,}32$$

$$Sumbu\ X\ (Kepuasan) = \frac{Total\ \overline{X}}{n} = \frac{109{,}35}{25} = 4{,}32$$

Kemudian, nilai rata-rata dari masing-masing atribut digunakan untuk menentukan posisi dari atribut tersebut di dalam kuadran kartesius. Adapun contoh adalah pada atribut 1 atau TANG1 (kemasan barang yang rapi dan profesional) memiliki nilai rata-rata $\overline{Y} = 4,39$ dan $\overline{X} = 4,45$, dengan demikian posisi kuadran pada atribut 1 tersebut berada pada posisi kuadran B. Berdasarkan penentuan titik potong di atas, maka diagram Kartesius untuk metode IPA dapat dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius Metode IPA

Berdasarkan Gambar 1, maka dapat dinyatakan bahwa untuk kuadran A terdapat 7 (tujuh) atribut yang dianggap penting dan namun kurang memuaskan untuk pelanggan. Lalu, pada kuadran B terdapat 7 (tujuh) atribut yang dianggap penting memiliki tingkat kepuasan yang baik. Kemudian terdapat kuadran C dengan 5 (lima) atribut yang dianggap kurang penting tetapi diimplementasikan dengan baik, dan terakhir pada kuadran D terdapat 6 (enam) atribut yang dianggap kurang penting dan kinerjanya atau memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah diolah, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Indeks CSI pada Citanaya Titip Barang adalah sebesar 0,87, dan berada pada rentang skala CSI 0,81—1,00 yang berarti pelanggan merasa sangat puas terhadap adanya atribut-atribut jasa yang telah dikembangkan melalui kuesioner terbuka. Fokus perbaikan dapat difokuskan pada meningkatkan atribut-atribut jasa yang mungkin belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, serta menanggapi saran atau masukan yang muncul melalui kuesioner terbuka.
2. Penentuan atribut yang harus dipertahankan atau ditingkatkan dapat diketahui melalui posisi kuadran pada diagram Kartesius metode IPA. Beberapa atribut pada Citanaya Titip Barang yang perlu ditingkatkan adalah atribut yang berada pada kuadran A mencakup kemampuan untuk menyediakan opsi jadwal pengiriman yang fleksibel,

pelayanan yang ramah dari staff atau admin, memastikan bahwa pelanggan merasa didengar dan dihargai, dan lain-lain. Sedangkan pada kuadran B mencakup kemasan barang yang rapi dan profesional, penggunaan bahan kemasan yang kuat dan aman, informasi transparan mengenai kebijakan dan biaya, dan lain-lain.**DAFTAR PUSTAKA**

[1] S. Hasibuan, "Diberikan Pramuniaga Di Toko Suzuya the Central Pasar Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction," pp. 208–218, 2015.

[2] W. Mulyo Sanusi and S. Joko, "Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer," *J. Inform. Upgris*, vol. 4, no. 1, pp. 38–45, 2018.

[3] R. Hanifa, A. Trianto, and M. Hendrich, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride Pada Bisnis JasaTranportasi Go-Jek di Kota Palembang," *Motiv. J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 4, pp. 714–723, 2019, [Online]. Available: http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi

[4] B. Setiawan, "Customer Satisfaction Index Model on Three Level Of Socioeconomic Status In Bogor Case Study: Customer Satisfaction on Branded Cooking Oil Product," *ASEAN Mark. J.*, vol. 6, no. 1, 2014, doi: 10.21002/amj.v6i1.3609.

[5] A. R. Aditya Nalendra, S. H. Winarno, A. Priadi, and I. Sari, "Customer Satisfaction Index (CSI) of Gojek User Post Fuel Prices Changes," *J. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 2, pp. 160–167, 2022, doi: 10.26905/jmdk.v10i2.8822.

[6] R. Aspriyani, B. P. Hartono, M. Ahmad, and E. Susilowati, "Implementasi Spss Dalam Analisis Data Bagi Mahasiswa Di Cilacap," *J. Terap. Abdimas*, vol. 7, no. 2, p. 230, 2022, doi: 10.25273/jta.v7i2.12717.

[7] R. K. Umam and N. P. Hariastuti, "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa)," *Pros. Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap.*, vol. 0, no. 0, pp. 339–344, 2018.

[8] S. H. A. Syukri, "Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisa GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 13, no. 2, pp. 103–111, 2014.

[9] R. Yuwono and F. Yuamita, "Analisa Faktor K3 dan Ergonomi Terhadap Fasilitas Pusat Kesehatan Universitas Untuk Mengukur Kepuasan Pasien," *J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 14, no. 1, pp. 1–12, 2015, [Online]. Available: http://journals.ums.ac.id/index.php/jiti/article/download/619/359

[10] L. & R. P. Arif Nurfadli, "Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Pendidikan kepada Siswa menggunakan Metode CSI dan SERVQUAL," *Anal. Peningkatan Kualitas Layanan Pendidik. Kpd. Siswa menggunakan Metod. CSI dan SERVQUAL*, pp. 300–306, 2020, [Online]. Available: https://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/1250%0Ahttps://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/viewFile/1250/1013

[11] R. M. Dewi, Lukmandono, and A. Prasetyo, "Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Public Service dengan Metode Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value (Studi Kasus: Puskesmas Jagir Surabaya)," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. IX 2021*, vol. 1, no. 1, pp. 15–21, 2021.

[12] R. Khaliq, "IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DALAM KASUS KEPUASAN KONSUMEN USAHA LAUNDRY Restu Khaliq UIN Antasari Banjarmasin," *J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 34, pp. 47–64, 2018.

[13] M. N. Rohama and R. Khaliq, "Importance performance analysis jemaah haji

Kementerian Agama Kota Banjarmasin," *Alhadharah J. Ilmu Dakwah*, vol. 18, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v18i1.3223.

[14] F. A. D. Setyo and D. Andesta, "Analysis of Service Quality Using Service Quality and IPA Methods at XYZ Cafes," *J. Sains dan Teknol. Ind.*, vol. 20, no. 2, p. 595, 2023, doi: 10.24014/sitekin.v20i2.21751.

[15] D. Hamdani, S. -, R. Rudolf, and M. Purnomo, "Aplikasi Importance Performance Analysis Dalam Menilai Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Di Propinsi Jawa Barat," *AdBispreneur*, vol. 4, no. 2, p. 157, 2020, doi: 10.24198/adbispreneur.v4i2.22553.

[16] A. Andi and M. Jufriyanto, "Integration Of The Servqual, IPA, And CSI Methods To Analysis Customers Satisfaction," *J. Sains dan Teknol. Ind.*, vol. 21, no. 1, p. 42, 2023, doi: 10.24014/sitekin.v21i1.23017.

[17] G. Marissa Rizqi, A. Chan, T. Herawaty, and I. Administrasi Bisnis, "Comparison of Transportation Ticket User Experience on Online Travel Agent Application," *AdBispreneur*, vol. 7, no. 3, pp. 219–228, 2022, [Online]. Available: https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v7i3.37815,

[18] C. Candradewini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Kemitraan Dalam Pengembangan Kawasan Agrowisata Cihideung Bandung Barat – Jawa Barat," *AdBispreneur*, vol. 6, no. 1, p. 67, 2021, doi: 10.24198/adbispreneur.v6i1.32469.

[19] "Social Entrepreneurship and Mobility Access To Capital Based on," vol. 8, no. 1, pp. 15–30, 2023.

[20] A. Chan and S. Jaja Raharja, "Digital Marketing Research Exploration In Cooperatives: A Systematic Mapping Study," *AdBispreneur J. Pemikir. dan Penelit. Adm. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 3, pp. 319–336, 2022.

[21] H. M. Hana, A. Chan, C. S. Barkah, and P. W. Tresna, "Customer Satisfaction Analysis Through Service Quality for Service Strategy Improvement Mutiareads," *Manag. Anal. J.*, vol. 11, no. 1, pp. 39–45, 2022, doi: 10.15294/maj.v11i1.52694.

[22] N. O. Setiowati, A. A. Karim, and E. K. Santoso, "Assessment of Students Satisfaction with Online Learning Experiences during the COVID-19 Pandemic: Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis Case Study at Institut Teknologi Kalimantan," *SPECTA J. Technol.*, vol. 6, no. 2, pp. 149–157, 2022, [Online]. Available: https://journal.itk.ac.id/index.php/sjt

[23] V. D. Kumenap, L. Sitanayah, and B. F. Oentomo, "Penerapan Metode Customer Satisfaction Index untuk Pengukuran Kepuasan Layanan pada Biro Promosi dan Admisi UKDLSM," *JOINTER J. Informatics Eng.*, vol. 4, no. 01, pp. 14–18, 2023, doi: 10.53682/jointer.v4i01.208.

[24] A. Suryadi, M. C. P. A. . Islami, S. I. Taufiq, and B. Santoso, "Company Quality Performance Using Customer Satisfaction Index Methods and Importance Performance Analysis at PT. XYZ," vol. 2021, no. 2020, pp. 244–250, 2021.