

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN MAHASISWA PADA RUMAH MAKAN PADANG DI DESA BALUNIJUK KABUPATEN BANGKA

(Analysis of Student Customer Satisfaction Levels at Padang Restaurants in Balunijuk Village, Bangka Regency)

Solydeo Isadora Brenita Barus, Rostiar Sitorus, Rufti Puji Astuti

Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian Perikanan dan Kelautan, Universitas Bangka Belitung. Balunijuk, Indonesia e-mail: oty.torus72@gmail.com.

ABSTRACT

This research aimed to describe consumer characteristics and analyze the level of customer satisfaction at Padang restaurants in Balunijuk Village. The study was conducted in August 2023 in Balunijuk Village, Merawang District, Bangka Regency. The sampling method used was purposive sampling. Data collection methods included observation and interviews with respondents using a questionnaire. Data analysis methods consisted of quantitative descriptive statistics and Customer Satisfaction Index (CSI) analysis using a Likert scale. The results showed that the consumer characteristics at Putra Minang Restaurant and Minang Maimbau Restaurant were predominantly students aged 18–21 years old, female, with monthly pocket money of less than Rp1,000,000. Most of them were students from Bangka Belitung University, living in boarding houses and residing in Balunijuk Village. The CSI score at Putra Minang Restaurant was 80.53%, while at Minang Maimbau Restaurant, it was 79.81%.

Key words: Characteristics, Consumers, Customer Satisfaction Index (CSI)

Received: 5 January 2024.

Revise: 9 February 2024

Accepted: 30 November 2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v12i4.8418>

PENDAHULUAN

Aktivitas sehari-hari manusia membutuhkan energi yang diperoleh dari kegiatan makan dan minum. Menurut Bangun, Indriani dan Sulaiman (2017) mahasiswa maupun pelajar termasuk kedalam masyarakat yang memiliki kesibukan tinggi sehingga mereka tidak memiliki waktu dalam mempersiapkan makanan untuk di konsumsi.

Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terdapat usaha kuliner rumah makan Padang. Mahasiswa merupakan salah satu kalangan yang menyukai masakan Padang, selain itu terdapat berbagai kalangan yang memiliki minat tinggi terhadap rumah makan Padang. Tingginya minat mahasiswa akan masakan Padang dapat dilihat dari eksistensi rumah makan Padang yang dekat dengan lingkungan kampus yaitu kampus Universitas Bangka Belitung yang berlokasi di Desa Balunijuk. Di sepanjang Desa Balunijuk terdapat enam rumah makan Padang yang memiliki ciri khasnya masing-masing, setiap rumah makan memiliki kelebihan tersendiri.

Rumah makan Putra Minang merupakan rumah makan Padang pertama yang berdiri di Desa Balunijuk, rumah makan ini sudah berdiri sejak bulan Agustus 2017. Tidak jauh dari lokasi rumah makan Putra Minang, berdiri rumah makan Minang Maimbau. Rumah makan Minang Maimbau adalah rumah makan Padang yang baru berdiri di Desa Balunijuk pada bulan April 2022.

Penelitian dilakukan di dua rumah makan Padang yaitu rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau karena keduanya menunjukkan jumlah rata-rata porsi terjual per hari yang hampir seimbang dan terbanyak terjual dibandingkan rumah makan lainnya di Desa Balunijuk tahun 2023. Hal ini menjadi pertimbangan penting dalam memilih kedua rumah makan tersebut sebagai subjek penelitian, karena kesetaraan dalam penjualan porsi menawarkan keunggulan komparatif antara kedua rumah makan Padang.

Pemilik usaha rumah makan harus mengetahui cara mempertahankan keberadaan usahanya, yaitu dengan mengutamakan kepuasan konsumen.

Kehilangan satu konsumen dapat memberikan dampak yang besar dalam bentuk kehilangan pendapatan penjualan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019) kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara harapan dengan sensasi pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan. Banyak hal dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti kualitas layanan, kualitas produk, harga, citra merek dan promosi yang terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam jangka panjang (Delima, Ashary dan Usman 2019). Pelaku usaha rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau harus menganalisis karakteristik konsumen dan tingkat kepuasan konsumennya sehingga dilakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik dan tingkat kepuasan konsumen di rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau menggunakan variabel pelayanan dan variabel produk.

METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah konsumen rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau yang berlokasi di Desa Balunijuk, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Lokasi penelitian dipilih dengan sengaja (*purposive*). Pengumpulan data penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Agustus 2023. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menjadi konsumen di rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau. Penentuan jumlah sampel penelitian menggunakan *linear time function*.

Metode *linear time function* adalah penentuan jumlah sampel berdasarkan estimasi kendala waktu. Pengambilan sampel dengan metode ini dapat dilakukan bila jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Hal ini didukung oleh pendapat menurut Umar (2005) yang mengatakan bahwa pengambilan sampel *linear time function* dapat dilakukan jika jumlah populasi besar sehingga tidak diketahui dengan pasti jumlah sampel yang terlibat. Berikut merupakan penulisan matematis cara pengambilan sampel berdasarkan *linear time function*:

$$n = \frac{T-t_0}{t_1} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:
 n = Jumlah sampel yang terpilih
 T = Waktu yang tersedia untuk penelitian

t_0 = Waktu pengambilan sampel
 t_1 = Waktu responden untuk mengisi kuisioner
 Pada penelitian ini diketahui:
 $T = 7 \text{ hari} \times 24 \text{ jam/hari} = 168 \text{ jam}$
 $t_0 = 6.5 \text{ jam} \times 7 \text{ hari} = 45,5 \text{ jam}$
 $t_1 = 0,25 \text{ jam/hari} \times 7 \text{ hari} = 1,75 \text{ jam}$
 Sehingga diperoleh :
 $n = \frac{T-t_0}{t_1}$
 $n = \frac{168-45,5}{1,75}$
 $n = 70 \text{ sampel}$

Dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui, pemilihan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang datang, membeli dan makan di tempat pada rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 70 responden dimana setiap rumah makan Padang terdiri dari 35 responden. Data primer penelitian berasal dari responden melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner yang mencakup identitas responden dan penilaian responden mengenai atribut penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari sumber lain seperti studi literatur, profil Desa Balunijuk dan lembaga terkait seperti BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup berisi atribut variabel pelayanan dan atribut variabel produk yang berjumlah 12 atribut, yaitu kesiapan pelayan, keadilan pelayan, kesabaran pelayan, kebersihan, kemudahan akses lokasi, aroma, harga produk, porsi, cita rasa dan tampilan penyajian produk. Sebelum melakukan wawancara berdasarkan kuesioner dengan responden, penilaian terhadap kuesioner telah dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

Sebanyak 30 individu yang berbeda telah menjadi subjek uji untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut dapat mengukur variabel yang diinginkan dengan konsistensi yang tinggi dan validitas yang memadai. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua atribut pada tingkat kepentingan dan kinerja valid dan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai r hitungnya melebihi 0,361 dan nilai Cronbach Alpha-nya lebih dari 0,60 (Ghozali 2009). Data dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Karakteristik konsumen dianalisis dengan analisis deskriptif kualitatif sedangkan uji validitas, reliabilitas dan analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

Tabel 2. Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

	I	P	S
	Skala 1-5	Skala 1-5	S = I x P
...			
...			
...			
Skor Total (I) =			Total (S) =
Total (Y)			T

(Sumber: Bhote, 1996)

Keterangan :

I = Nilai rata-rata kepentingan/harapan atribut

P = Nilai rata-rata pelaksanaan/kinerja atribut

S = Skor Total

T = Nilai total hasil kali I dan P

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\% \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

5Y = Jumlah rata-rata kepentingan atribut dikali 5

CSI = Customer Satisfaction Indeks

Tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui pemilik rumah makan Padang dengan menggunakan analisis CSI. Metode CSI menggunakan skala Likert dalam pengukuran kepuasan konsumen pada kuesioner, selain itu analisis CSI berfungsi untuk mengukur indeks kepuasan berdasarkan nilai rata-rata kepentingan dan nilai rata-rata pelaksanaan.

Tahapan dalam pengukuran CSI adalah dengan memasukkan seluruh atribut yang digunakan di dalam penelitian, nilai rata-rata kepentingan dan nilai rata-rata pelaksanaan setiap atribut seperti pada Tabel 2. Seluruh nilai pada kolom S dijumlahkan untuk mendapatkan nilai T. Nilai rata-rata kepentingan atribut dijumlahkan lalu dimasukkan ke baris Y, setelah itu nilai Y dikalikan dengan 5. Setelah mendapatkan nilai T dan 5Y, maka perhitungan CSI dapat dilakukan sesuai dengan rumus $CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$. Rentang skala dan keterangan dari skala analisis *Customer Index Satisfaction* (CSI) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Skala *Customer Index Satisfaction* (CSI)

No.	Nilai Index	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

Sumber: Widodo dan Sutopo (2018)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

Rumah makan Padang ini memiliki karakteristik konsumen berdasarkan demografi yang terdiri dari jenis kelamin, uang saku per bulan, umur, status tempat tinggal, tempat menempuh pendidikan, domisili dan berstatus sebagai mahasiswa. Karakteristik konsumen pada penelitian ini adalah mahasiswa dengan dominan umur pada rentang 18-21 tahun sebanyak 63 persen di rumah makan Putra Minang dan 69 persen di rumah makan Minang Maimbau. Konsumen dominan berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebanyak 69 persen di rumah makan Putra Minang dan 74 persen di rumah makan Minang Maimbau. Pada penelitian Woen dan Santoso (2021) diketahui pengunjung Burger King di Yogyakarta didominasi oleh pengunjung berjenis kelamin perempuan. Konsumen pada kedua rumah makan Padang ini lebih banyak memiliki uang saku < Rp1.000.000,00 per bulan yaitu sebesar 57 persen di rumah makan Putra Minang dan 63 persen di rumah makan Minang Maimbau.

Konsumen di rumah makan Putra Minang 94 persen sedang menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung dan 100 persen konsumen di rumah makan Minang Maimbau sedang menempuh pendidikan di Universitas Bangka Belitung. Konsumen didominasi oleh responden dengan tempat pendidikan di Universitas Bangka Belitung dikarenakan rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau dekat dengan kampus ini. Mayoritas konsumen di rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau merupakan mahasiswa yang dominan berstatus tempat tinggal di kos yaitu sebesar 80 persen pada rumah makan Putra Minang dan 77 persen pada rumah makan Minang Maimbau. Responden pada rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau dominan berdomisili di Desa Balunujuk dengan persentase 60 persen dan 71 persen. Hal ini disebabkan responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang ada di Desa Balunujuk.

Profil Rumah Makan Padang

Rumah makan Putra Minang buka setiap hari Senin hingga Sabtu, mulai pukul 08.00 WIB hingga 20.30 WIB atau sampai masakan habis.

Rumah makan ini menawarkan beragam menu Padang seperti ayam bakar, ayam kecap, ayam gulai, ikan balado, rendang, dan lainnya dengan harga bervariasi dari Rp10.000,00 hingga Rp15.000,00 per porsi. Dalam menjaga kualitas pelayanan, rumah makan ini memiliki tiga tenaga kerja tetap yang sigap dalam melayani pelanggan, menjamin keadilan dalam melayani pelanggan dan menjaga kebersihan ruangan. Pelayan juga dikenal karena kesabaran mereka dalam melayani pelanggan yang ramai. Produk yang dihidangkan terkenal dengan keunikan rasa dan aroma khas Padang, khususnya menu favorit seperti ayam bakar yang empuk dan kaya akan bumbu, menjadi daya tarik utama bagi para pengunjung.

Rumah makan Minang Maimbau beroperasi setiap hari kecuali Sabtu, dengan jam buka dari pukul 08.00 WIB hingga 21.00 WIB atau sampai stok habis. Menu yang ditawarkan meliputi ayam gulai, ayam kecap, ikan goreng, tempe kecap, rendang, dan lainnya dengan harga berkisar antara Rp10.000,00 hingga Rp13.000,00 per porsi. Meskipun hanya memiliki dua tenaga kerja, rumah makan ini tetap memberikan pelayanan yang efisien dan ramah kepada pelanggan, dengan fokus pada kebersihan tempat makan, kesigapan dalam melayani, dan kesabaran dalam menjawab pertanyaan atau permintaan pelanggan. Produk yang dihidangkan dikenal karena cita rasa autentik khas Minang, terutama menu andalannya seperti ati ampela yang selalu menjadi favorit pelanggan. Dengan demikian, kedua rumah makan ini tidak

hanya menawarkan hidangan yang lezat, tetapi juga memberikan pengalaman makan yang menyenangkan melalui pelayanan yang ramah dan fasilitas yang bersih serta nyaman.

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen

Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah analisis kuantitatif dalam survei kepuasan konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan indikator yang penting bagi keberhasilan usahanya, sehingga produsen perlu meningkatkan kinerjanya hingga mencapai kriteria puas (Meiliani, Indriani, & Abidin 2018). Analisis CSI mempertimbangkan tingkat kepentingan atribut produk atau layanan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumennya secara menyeluruh (Siyamto 2015).

Atribut yang digunakan pada perhitungan CSI dalam penelitian ini terdiri dari variabel pelayanan dan produk dimana atribut pelayanan terdiri dari kesigapan pelayan, keadilan pelayan, kebersihan rumah makan dan pelayan, kesabaran pelayan, ketersediaan area parkir dan kemudahan akses lokasi. Pada variabel produk menggunakan atribut cita rasa makanan, aroma makanan, porsi makanan yang disajikan, tampilan penyajian makanan dan minuman, harga makanan dan jaminan produk seperti Sertifikat Halal atau surat izin atau keterangan usaha yang didapat oleh rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau.

Tabel 4. Perhitungan CSI

No.	Atribut	Rumah Makan Putra Minang			Rumah Makan Minang Maimbau		
		I	P	S	I	P	S
1	Kesigapan pelayan	4,34	4,03	17,50	4,46	4,20	18,72
2	Keadilan pelayan	4,17	4,00	16,69	4,60	4,23	19,45
3	Ketersediaan area parkir	3,83	3,49	13,35	3,94	3,17	12,50
4	Kemudahan akses lokasi	4,63	4,17	19,31	4,46	4,29	19,10
5	Kebersihan	4,43	4,00	17,71	4,51	3,94	17,80
6	Kesabaran pelayan	4,34	4,06	17,62	4,37	4,29	18,73
7	Cita rasa	4,09	4,03	16,46	4,34	4,26	18,49
8	Aroma	4,11	3,97	16,34	4,14	4,17	17,28
9	Porsi	4,09	3,97	16,23	4,17	4,29	17,88
10	Tampilan penyajian	3,71	3,97	14,75	4,03	4,29	17,27
11	Harga	4,17	4,06	16,92	4,43	4,43	19,61
12	Jaminan produk	4,63	4,46	20,63	4,69	2,4	11,26
Total		50,54			52,14		
5Y		252,7			260,7		
CSI		80,53%			79,81%		

Keterangan:

I = Rata-rata kepentingan/harapan atribut

P = Rata-rata pelaksanaan/kinerja atribut

S = Skor Total

5Y = Jumlah rata-rata kepentingan atribut dikali 5

CSI = *Customer Satisfaction Index*

Berdasarkan Tabel 4, diketahui hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*), rumah makan Putra Minang memiliki nilai indeks sebesar 80,53 persen dengan keterangan puas. Nilai CSI yang tinggi biasanya menunjukkan bahwa konsumen merasa kualitas layanan dan produk yang konsumen terima sesuai atau cukup memenuhi harapan konsumen. Temuan dari penelitian ini menunjukkan kesesuaian dengan penelitian yang dilakukan oleh Atikah dan Setiawan (2014). Penelitian tersebut mendapatkan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk restoran Padang mencapai angka 0,79 atau sama dengan 79 persen. Angka ini berada dalam kisaran 66– 80 persen yang menandakan bahwa secara keseluruhan, pelanggan restoran Padang di Bogor merasa puas.

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada rumah makan Minang Maimbau memiliki nilai indeks 79,81 persen dengan keterangan puas. Temuan dari penelitian ini menunjukkan konsistensi dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Putra (2021) bahwa nilai CSI (*Customer Satisfaction Index*) rumah makan Padang Family Benteng di Bukittinggi yang diperoleh adalah 77,91 persen dengan kategori puas. Perbedaan indeks kepuasan pelanggan pada kedua rumah makan dikarenakan terdapat selisih pada nilai rata-rata kepentingan (I) dengan rata-rata pelaksanaan atribut (P) yang diberikan konsumen kedua rumah makan ini.

Atribut yang memiliki nilai skor total yang paling tinggi dibandingkan atribut lainnya di rumah makan Putra Minang adalah atribut jaminan produk dengan nilai 20,63. Pemilik rumah makan Putra Minang berkomitmen dalam menyediakan makanan dengan kualitas tertentu kepada konsumennya, hal ini dapat dilihat dari pemilik rumah makan Putra Minang mengadakan surat izin usaha dan Sertifikat Halal dari penyedia bahan makanan ayam sehingga konsumen merasa aman dan nyaman dengan makanan yang dihidangkan di rumah makan Putra Minang. Saat ini pemilik rumah makan Putra Minang sedang berusaha mengurus Sertifikat Halal pada rumah makannya. Atribut yang memiliki nilai skor total yang paling rendah pada rumah makan Putra Minang adalah atribut ketersediaan area parkir yaitu 13,35. Atribut ketersediaan area parkir mendapatkan nilai skor total yang rendah karena minimnya area parkir yang disediakan oleh rumah makan Putra Minang sehingga konsumen merasa sedikit kesulitan makan di rumah makan Putra Minang.

Pada rumah makan Minang Maimbau, atribut yang memiliki nilai skor total yang paling tinggi dibandingkan atribut lainnya pada rumah makan Minang Maimbau adalah atribut harga produk dengan nilai 19,61. Pemilik rumah makan Minang Maimbau berkomitmen dalam menentukan harga produk yang mudah dijangkau oleh mahasiswa sehingga konsumennya didominasi berstatus sebagai mahasiswa. Atribut yang memiliki skor total yang paling rendah pada rumah makan Minang Maimbau adalah atribut jaminan produk dengan nilai 11,26. Rendahnya nilai skor total atribut jaminan produk dikarenakan belum adanya surat izin usaha dan Sertifikat Halal yang menunjukkan terdapat komitmen pemilik usaha rumah makan dalam menyediakan makanan yang berkualitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis karakteristik dan tingkat kepuasan konsumen pada rumah makan Putra Minang dan rumah makan Minang Maimbau di Desa Balunijuk, disimpulkan bahwa karakteristik konsumen pada rumah makan Putra Minang dan Minang Maimbau adalah mahasiswa yang dominan berusia 18-21 tahun, berjenis kelamin perempuan, memiliki uang saku < Rp.1.000.000,00 per bulan, bertempat pendidikan di Universitas Bangka Belitung, berstatus tempat tinggal di kos dan berdomisili di Desa Balunijuk. Nilai CSI pada rumah makan Padang di Desa Balunijuk berada pada tingkat puas dimana rumah makan Putra Minang memiliki indeks 80,53 persen dengan keterangan puas dan rumah makan Minang Maimbau memiliki indeks 79,81 persen dengan keterangan puas. .

DAFTAR PUSTAKA

- Atikah NS., dan Setiawan B. 2014. Analisis kinerja penyelenggaraan makanan dan tingkat kepuasan konsumen Restoran Khas Padang di Bogor . *Jurnal Gizi dan Pangan*. 9(1)59-64. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jgizipangan/article/view/8264/6466>. <https://doi.org/10.25182/jgp.2014.9.1.%25p>
- Bangun YF., Indriani Y., dan Sulaiman A. 2017. Sikap dan kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Hang Dihi Bandar Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 5(1)101-108.108. DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v5i1.1680>.

- Bhote KR. 1996. *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty: The Key to Great Profitability*. New York: AMA Membership Publications Division, American Management Association. New York
- Delima A., Ashary H., dan Usman O. 2019. Influence of service quality, product quality, price, brand image, and promotion to consumer satisfaction affecting on consumer loyalty (Online Shop). *Journal Economics*, 1-15. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3308707>
- Fatihudin D., dan Firmansyah A. 2019. *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish. Yogyakarta
- Ghozali I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.*: Universitas Diponegoro. Semarang
- Meiliani M., Indriani Y., dan Abidin Z. 2019. Identifikasi atribut pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen rumah makan bakso di lingkungan Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis*, 7(2)172-178. DOI: <http://dx.doi.org/10.23960/jiia.v7i2.3378>
- Putra IR. 2021. Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI). Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. [Skripsi]
- Siyanto Y. 2015. Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index(CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.100>
- Widodo SM., dan Sutopo J. 2018. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengetahui pola kepuasan pelanggan pada e-commerce model business to customer. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 4(1)38-45. <https://doi.org/10.26877/jiu.v4i1.2224>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur*. 10(2)146-163. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>