

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN RAMULE CAFÉ DAN RESTO DI KECAMATAN RANTEPAO KABUPATEN TORAJA UTARA

*Ganna' Tangkeara*\*\*

*Universitas Kristen Indonesia Toraja*

\*Corresponding author email address: [gannatangkeara@gmail.com](mailto:gannatangkeara@gmail.com)

### ARTICLE INFO

**Keywords:**

**Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI)**

### ABSTRACT

*This study aims to determine the level of customer satisfaction of Ramule Cafe and Resto in Rantepao District, North Toraja Regency based on physical evidence, responsiveness, reliability, empathy and assurance. This research is quantitative research and is a survey result research. The subjects of this study were 50 consumers of Ramule Cafe and Resto in Rantepao District, North Toraja Regency. Data collection uses questionnaires and documentation, while the data analysis method used is by using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The calculation results of the Customer Satisfaction Index (CSI) method of ramule cafes and restaurants get a score of 73.90% showing that consumers of ramule cafes and restaurants have been satisfied "satisfied", so it can be said that the service of deri ramule cage and resto is good, but it must be further improved in order to reach the category of very satisfied in the next study.*

**Kata Kunci:**  
**Kepuasan Konsumen, Customer Satisfaction Index (CSI)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Ramule Cafe dan Resto di Kecamatan Rantepao kabupaten Toraja Utara berdasarkan bukti fisik, ketanggapan, keandalan, empati dan jaminan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan merupakan penelitian hasil survei. Subjek penelitian ini adalah konsumen Ramule Cafe dan Resto di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara yang berjumlah 50 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hasil perhitungan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* ramule café dan resto mendapatkan skor sebesar 73,90% menunjukkan bahwa konsumen ramule kafe dan resto telah merasa puas "puas", jadi dapat dikatakan pelayanan dari ramule cage dan resto sudah bagus, akan tetapi harus lebih ditingkatkan lagi supaya bisa mencapai kategori sangat puas pada penelitian selanjutnya.

## Pendahuluan

Perkembangan bisnis kuliner di Toraja sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya cafe dan resto yang baru dibuka di Toraja. Bisnis ini memang sangat menjanjikan karena disamping memiliki prospek yang baik secara keuntungan yang diperoleh juga sangat memadai. Keuntungan yang memadai ini ditandai dengan banyaknya bisnis cafe dan resto yang semakin bertambah di Toraja. Oleh sebab itu para pemilik cafe dan resto harus bekerja keras untuk menonjolkan keunggulan masing-masing untuk mendapatkan pelanggan, agar bisnisnya dapat bertahan dan berjalan dengan baik.

Ramule Cafe dan Resto merupakan salah satu restoran sekaligus cafe di Toraja yang cukup dikenal banyak orang, usaha ini menyediakan berbagai menu makanan dan minuman yang bervariasi seperti: Ayam Geprek, Ikan mas goreng, Nasi kotak Komplit, CapCai, Mie Titi, Mie Goreng dan lain-lain. Produk yang disajikan ini pun dengan kualitas yang baik dan selalu fresh setiap harinya. Karena mereka sangat memperhatikan tentang kualitas makanan yang mereka sajikan agar pelanggan tidak merasa kecewa.

Ramule Cafe dan Resto ini memiliki desain eksterior dan interior yang cukup mewah yang akan memikat serta membuat penasaran orang yang lewat didepan cafe tersebut. Ramule Cafe juga memiliki beberapa fasilitas yang membuat konsumen nyaman untuk datang sambil menikmati produk yang disediakan, salah satu fasilitas yang ada adalah tersedia wifi gratis untuk konsumen agar dapat menggunakan internet secara leluasa. Ramule Cafe dan Resto juga menyediakan Live musik yang bisa membuat suasana hati konsumen yang dapat lebih tenang dan nyaman selama ada didalam cafe tersebut dan juga memiliki keunggulan dibagian pelayanan yang sangat ramah yang bisa membuat konsumen untuk datang kembali menikmati fasilitas yang ada di cafe tersebut.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga produk dan mutu pelayanan di cafe tersebut. Segalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk memuaskan konsumen bertujuan agar pelanggannya tetap setia terhadap produk merek atau jasanya.

Kesetiaan tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses yang cukup panjang dan selalu dalam tahap belajar serta berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri. Menciptakan kesetiaan merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk bagi kestabilan dan pertumbuhan pasarnya.

## Kajian Pustaka

### Pengertian Tingkat Kepuasan

Menurut Kotler dan Keller (2017). kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja hasil yang produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen merasa senang.

### Dimensi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan (2004). Ada 5 ( lima) dimensi kepuasan pelanggan yaitu:

a. *Price* ( harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga mura adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

b. *Service quality* ( kualitas layanan)

Kualitas layanan sangat tergantung pada tiga faktor: sistem teknis dan orang. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan behavior yang sering dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembentahan harus dilakukan melalui dari proses rekrutmen training dan budaya kerja.

c. *Product quality* (kualitas produk)

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila produk tersebut berkualitas baik

d. *Emotional factor* (Faktor emotional )

Emotional factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

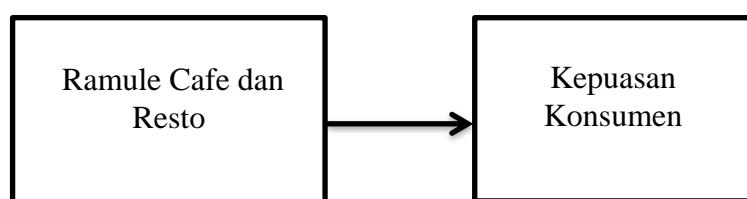
e. *Efficiency* (kemudahan)

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bilah relatif mudah, dan nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018). Kualitas layanan dapat diartikan sebagai berfokus untuk memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

### Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Skema Kerangka Berpikir

## Teknik Analisis Data

Sebuah teknik untuk menganalisis kepuasan pelanggan dengan kualitas layanan menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI). Customer Satisfaction Index (CSI) adalah analisis kuantitatif dalam bentuk persentase pengguna yang puas dalam survei kepuasan pelanggan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan melakukan pengambilan data secara langsung terhadap pelanggan untuk mengetahui respon dan tanggapan pelanggan mengenai kualitas produk, melalui proses wawancara disertai dengan kuesioner akan memudahkan penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang ada sehingga dapat mencapai kesimpulan yang tepat, pembuatan kuesioner dilakukan terhadap pelanggan untuk mengetahui kualitas produk serta perlu mempertimbangkan responden dari setiap konsumen.

CSI dihitung dengan rumus :

$$CSI = \frac{T}{SY} \times 100 \%$$

Keterangan :

T = Total Skor (S) = (I)x(P)

I = Kepentingan (skala 1-5)

P = Kepuasan (Skala 1-5)

Y = Total Kepuasan (Total I)

Berikut ini adalah persentase nilai Serta tingkat kepuasan dari tabel (CSI), yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.2

### Costumer Satisfaction Index ( CSI )

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81-100	Sangat puas
2	66-80,99	Puas
3	51-65,99	Cukup puas
4	35-50,99	Tidak puas
5	0-34,99	Sangat tidak puas

*Sumber : diolah, 2022*

Dengan tabel diatas, jika nilai CSI berada pada 81-100% maka keterangannya adalah Sangat Puas, kemudian untuk nilai 66-80,99% dengan keterangan Puas, dan

nilai 51-65,99% dengan keterangan Cukup Puas, kemudian untuk nilai 35-50,99% dengan keterangan Tidak Puas, dan untuk nilai 0-34,99 yang merupakan nilai paling terendah dengan Keterangan Sangat Tidak Puas.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil

#### Penilaian Tingkat Kepentingan Atribut

Kualitas pelayanan Ramule cafe. Yaitu bagaimana respon yang diberikan pelanggan mengenai kualitas dari pelayanan mulai dari segi keamanan, kemudahan kejujuran, pemahaman, kompetensi dan komunikasi sehingga pelanggan dapat memberikan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan. Informasi ini dapat diperoleh melalui kuesioner yang menanyakan tingkat kepentingan dimensi kualitas produk tersebut.

Kuesioner yang dibuat memiliki 5 jenis tanggapan dengan masing-masing nilai yang berbeda yang dapat dilihat dalam tabel skala Liker sebagai berikut :

**Tabel 4.4**  
**Skala likert**

Keterangan	Skor
Sangat penting	5
Penting	4
Cukup penting	3
Tidak penting	2
Sangat tidak penting	1

*Sumber Irawan 2004*

kemudian responden akan memberikan tanggapan sesuai dengan tingkat kepentingan dari setiap pertanyaan yang terdapat pada kusioner.

Untuk mendapatkan nilai rata-rata tingkat kepentingan dapat diperoleh dengan mencari nilai rata-rata dari setiap atribut dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rata-rata kepentingan (Y)} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Contoh perhitungan untuk mencari nilai rata-rata kepentingan atribut

$$\text{Rata-rata kepentingan (Y)} = \frac{\sum Y_i}{n} = \frac{3+3+3+4+\dots+4}{50} = 2,58$$

**Tabel 4.5**  
**Atribut Tingkat Harapan Pengunjung Ramule Café**

No	Atribut penilaian tingkat kepentingan (harapan)	Skor (Rata-rata)
A	Security / keamanan	

- 
- |   |      |
|---|------|
| 1. Tingkat kepentingan Keamanan kendaraan yang diparkir | 2,58 |
|---|------|
- 

**B Acces / kemudahan**

- |  |      |
|--|------|
| 2. Tingkat kepentingan Kemudahan dalam memperoleh pelayanan    | 3,88 |
| 3. Tingkat kepentingan Kemudahan dalam pembayaran              | 4,44 |
| 4. Tingkat kepentingan Kemudahan dalam memperoleh tempat duduk | 4,56 |
| 5. Tingkat kepentingan Lokasi café yang mudah dijangkau        | 2,98 |
- 

**C Credibility / kejujuran**

- |   |      |
|---|------|
| 6. Tingkat kepentingan Kebersihan makanan dan minuman           | 4,04 |
| 7. Tingkat kepentingan Kesesuaian harga dengan kualitas makanan | 3,68 |
| 8. Tingkat kepentingan Kelezatan makanan dan minuman            | 3,88 |
- 

**D Understanding / pemahaman kebutuhan**

- |  |      |
|--|------|
| 9. Tingkat kepentingan Pemberian diskon dalam pembelian tertentu | 3,08 |
| 10. Tingkat kepentingan Kenyamanan suasana didalam Café          | 4,54 |
- 

**E Competence / kompetensi**

- |   |      |
|---|------|
| 11. Tingkat kepentingan Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen | 3,72 |
|---|------|
- 

**F Communication / komunikasi**

- |  |      |
|--|------|
| 12. Tingkat kepentingan Informasi mengenai menu yang disajikan | 3,92 |
| 13. Tingkat kepentingan Perhatian dengan keinginan pelanggan   | 3,86 |
- 

*sumber : data diolah, 2022*

Dengan melihat tabel 4.5 dapat diketahui bahwa atribut yang dianggap penting oleh responden/ pengunjung café terdapat pada dimensi (acces) dengan nilai 4,44 yang dapat diartikan kemudahan pembayaran dikasir sangat penting untuk pelanggan. Dan nilai paling rendah pada dimensi (security) terkait dengan keamanan kendaraan yang diparkir dengan nilai 2,58 sehingga dapat

diketahuibahwa parkiran yang dianggap krang penting oleh pelanggan karena sudah di awasi oleh kamera cctv.

### Penilaian Kepuasan Pelanggan

Peneliti menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Ramule cafe dilakukan guna mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Ramule cafe.

Kuesioner yang dibuat memiliki 5 jenis tanggapan dengan masing-masing nilai yang berbeda yang dapat dilihat dalam tabel skala Liker sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Skala Liker**

Keterangan	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Tidak Baik	2
Sangat tidak Baik	1

*Sumber : Irawan, 2004*

Kemudian Responden akan memberikan tanggapan sesuai dengan ringkat kepuasan dari setiap pertanyaan yang terdapat pada kuisioner.

Untuk mendapatkan nilai rata-rata tingkat kepuasan dapat diperoleh dengan mencari mencari nilai rata rata dari setiap atribut dengan menggunakan rumus :

$$\text{Rata - rata } (x) = \frac{\sum X_i}{n}$$

Contoh perhitungan untuk mencari nilai rata-rata kepuasan atrbut kepuasan konsumen ramule cafe dan resto:

$$\text{Rata- rata kepuasan } x = \frac{\sum X_i}{n} + \frac{3+4+3+4}{50} = 3,36$$

Tabel 4.7

Atribut Tingkat Presepsi Konsumen Ramule Cafe dan Resto

No	Atribut penilaian tingkat kepuasan	Skor (Rata-rata)
<b>A Security / keamanan</b>		
1.	Tingkat kepuasan dari Keamanan kendaraan yang diparkir	3,16
<b>B Acces / kemudahan</b>		

2. Tingkat kepuasan dari Kemudahan dalam memperoleh pelayanan	3,78
3. Tingkat kepuasan dari Kemudahan dalam pembayaran	4,28
4. Tingkat kepuasan dari Kemudahan dalam memperoleh tempat duduk	3,94
5. Tingkat kepuasan dari Lokasi café yang mudah dijangkau	3,02

#### **C Credibility / kejujuran**

6. Tingkat kepuasan dari Kebersihan makanan dan minuman	4,66
7. Tingkat kepuasan dari Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	3,96
8. Tingkat kepuasan dari Kelezatan makanan dan minuman	3,98

#### **D Understanding / pemahaman kebutuhan**

9. Tingkat kepuasan dari Pemberian diskon dalam pembelian tertentu	2,82
10. Tingkat kepuasan dari Kenyamanan suasana didalam Cafe	4,04

#### **E Competence / kompetensi**

11 Tingkat kepuasan dari Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	3,62
--	------

#### **F Communication / komunikasi**

12 Tingkat kepuasan dari Informasi mengenai menu yang disajikan	4,28
13 Tingkat kepuasan dari Perhatian dengan keinginan pelanggan	3,02

*Sumber data diolah, 2022*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa dimensi pelayanan yang dianggap sangat baik oleh rata-rata pengunjung cafe adalah dimensi ( credibility ) terkait kebersihan makanan dan minuman yang dihidangkan kepada pengunjung dengan nilai 4,98 hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan dimensi kejujuran atau *creadibility* yang diberikan oleh pelayanan café sesuai dengan yang dinginkan oleh pelanggan sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan café. Sedangkan dimensi yang dianggap kurang baik oleh pelanggan café adalah dimensi ( security ) terkait keamanan kendaraan yang diparkir dengan nilai 3,16 hal ini berarti masih ada fasilitas parker yang membuat pelanggan café mersa kurang puas.

### **Costumer Satisfaction Index (CSI)**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Ramule café terkait dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan café maka perlu dianalisis dari segi kesesuaian. Analisis tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan antara skor total nilai rata-rata tingkat kepentingan dengan skor total nilai rata-rata tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan cafe. Dan tingkat kepentingan merupakan tingkat harapan pelanggan terhadap pelayanan cafe. lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Costomer Satisfaction Index (CSI)**

No	Atribut penilaian	Kepentingan (I)	Kepuasan (p)	Skor (p*I)
<b>A Security / keamanan</b>				
1.	Keamanan kendaraan yang diparkir	2,58		8,15
		3,16		
<b>B Acces / kemudahan</b>				
2.	Kemudahan dalam memperoleh pelayanan	3,88	3,16	14,67
3.	Kemudahan dalam pembayaran	3,88	4,28	19,00
4.	Kemudahan dalam memperoleh tempat duduk	4,44	4,94	17,97
5.	Lokasi café yang mudah dijangkau	2,98	4,02	11,98
<b>C Credibility / kejujuran</b>				
6.	Kebersihan makanan dan minuman	4,04	3,66	14,79
7.	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	3,68	3,96	14,57
8.	Kelezatan makanan dan minuman	3,88	3,98	14,44
<b>D Understanding / pemahaman kebutuhan</b>				
9.	Pemberian diskon dalam pembelian tertentu	3,08	3,82	11,77
10.	Kenyamanan suasana didalam Cafe	4,52	4,04	18,26
<b>E Competence / kompetensi</b>				

11.	Kesiapan karyawan dalam melayani konsumen	3,72	3,62	13,47
<b>F Communication / komunikasi</b>				
12.	Informasi mengenai menu yang disajikan	3,92	4,28	16,78
13.	Perhatian dengan keinginan pelanggan	3,86	4,02	15,76
	Jumlah	49,14		192,60
			50,56	

*Sumber data diolah, 2022*

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dihitung nilai CSI berdasarkan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{CSI} &= \frac{T}{5Y} \times 100\% \\
 &= \frac{192,60}{5(49,14)} \times 100\% \\
 &= \frac{192,60}{245,7} \times 100\% \\
 &= 0,7839 \times 100\% \\
 &= 78,39\% \text{ dibulatkan } 78\%
 \end{aligned}$$

Dengan melihat hasil perhitungan diatas maka nilai yang diperoleh adalah 78% yang mana jika dilihat pada nilai tingkat kepuasan pada tabel CSI berada pada rentang nilai 60% - 80,99% dengan keterangan Puas.

### Pembahasan

Dari hasil perhitungan diatas dengan menggunakan rumus *Customer Satisfaction Index* (CSI), dimulai dari perbandingan skor total nilai rata-rata tingkat kepentingan dengan skor total nilai rata-rata tingkat kepuasan, yang kemudian Skor total nilai tingkat kepentingan dikalikan dengan skor total nilai tingkat kepuasan yang hasilnya ditandai dengan rumus (T), kemudian untuk angka 5 pada rumus diatas itu menandakan bahwa jumlah tanggapan dari responden yang digunakan adalah (1-5). maka dari itu skala 5 akan dikalikan dengan total nilai rata-rata tingkat kepuasan (Y) kemudian hasilnya akan digunakan untuk membagi hasil perkalian dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan dengan total nilai rata-rata tingkat kepuasan, setelah itu hasilnya akan dikalikan dengan 100% yang hasilnya adalah 78,39%. Angka tersebut berada pada nilai index kepuasan 60% - 80,99% dengan keterangan puas berdasarkan hasil pada tabel tersebut maka Konsumen pada Ramule cafe merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan hal ini sejalan dengan teori menurut Irawan (2004) "index kepuasan dengan rentang nilai 60%-80,99% diartikan bahwa pelanggan merasa Puas dengan pelayanan yang diberikan". Dengan puasnya konsumen diharapkan kepada pemilik Ramule cafe dan pelayang yang ada

didalamnya agar terus mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga tetap menstabilkan rasa kepuasan dari setiap konsumennya.

## Simpulan

Setelah melakukan penelitian dan pengolahan data yang diperoleh dari Ramule cafe di Kabupaten Toraja Utara, maka penulis menarik kesimpulan tingkat kepuasan konsumen pada Ramule Café berada pada kategori puas dengan nilai CSI 73,39% dengan kualitas pelayanan sangat baik hal ini sangat memberikan dampak positif bagi Ramule Café, dan tentunya Ramule café harus dapat mempertahankan kualitas dari pelayanan yang diberikan bahkan bisalebih baik lagi untuk kedepannya. Kualitas dari pelayanan yang baik dari pihak café, tentunya pasti akan memberikan hubungan yang baik pula kepada setiap pelanggan ramule cafe dan resto.

## Daftar Pustaka

- Naldi. H. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen di cafe chef Bob Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan Gap Analisis Skripsi.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autworks ,Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Vol. 1. No. 6, hal 755-764.
- Sugiyono. 2016. Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D Bandung Alfebet
- Elan Diwangkoro. 2016. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi Dan Kualitas Pelayanan Di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. Skripsi
- Lodhita, H,E. 2014. Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analisys*) And CSI (*Customer Satisfaktion Index*) Case study on toko Oen, Malang Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya.Malang
- Yuliantari. K. 2019. Analisis kepuasan pelanggan pada cefe kota cinema mall Bekasi. Widya Cipta: Jurnal sekretari dan Manajemen Volume 3 No. 2 september 2019 P-ISSN 2550-0805 E-ISSN 2550-0791
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia (terjemahan A.B. Susanto), Edisi 1.
- Kotler, Philip. 2009. Manajemen Pemasaran jilid 2. Edisi Ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

- Lodhita, H.E. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) And CSI (*Customer Satisfaction Index*) Case Study On Toko Oen, Malang. Skripsi. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya. Malang.
- Muhammad Dedy Arifin. 2020. Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Toko Bangunan Menggunakan Metode Service Quality (*Servqual*), *Importance Performance Analysis (Ipa)* Dan *Customer Satisfaction Indeks (CSI)* (Studi Kasus Pada Tb Baja Mulya). Skripsi
- Rustina, I. 2008. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Restoran Rice BowlBogor Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran. Skripsi. Program Studi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Salsabila, Nur. 2016.. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Restoran First *Patisserie Love* di Jakarta (Skripsi). Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah, Fakultas Sains dan Teknologi.
- Moch, Ghosali, 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ekspedisi di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volt. 3 No.3 hlm 1-5.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food, Dan Price Terhadap kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1, 1-10.
- Ardina Hariasari. 2015. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Restaurant Nikkou ramen Yogyakarta. Skripsi Program Studi Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, UNY.
- Danang Sunyoto. 2013. Teori, kuesioner dan Analisis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu Ndaru prasastono, Sri yulianto. 2012. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Kentucky Fried Chiken* Semarang Candi. Semarang: Jurnal. Perhotelan , Diploma Keperiwisataan, Universitas Stikubank Semarang.
- Sekaran, Uma. 2007. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis, Jakarta: Salemba Empat, P. 160-276.
- Sirait, Juni Novalina. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kupuasan Pelanggan Pada Waterpark Perum Bumi Sempaja, *Jurnal administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 2, Hlm: 342-355.