

Riset pembelian berulang berdasarkan kepuasan Konsumen rumah makan Padang Payakumbuh Bogor Menggunakan Metode IPA

Intani Dewi¹, Nafi'a Ikhromatul Hasanah², Fauzah Khairunnisa Shidiq³, Novia Annisa Aqsha⁴, Muhammad Arsyad Budiman⁵, Maisyah Apriyani⁶

^{1,2,3,4,5,6}Institut Pertanian Bogor

intani.dewi@apps.ipb.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepentingan dalam pengambilan keputusan pembelian berulang dan tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Padang Payakumbuh. Metode analisis yang digunakan adalah metode IPA (Importance Performance Analysis) kepada 100 orang panelis dengan dua jenis faktor penting (tingkat kepuasan dan kepentingan). Hasil terbagi pada empat kuadran, kuadran pertama/atribut prioritas terdapat 3 atribut (pegawai tanggap, pegawai melayani dengan ramah, alat makan higienis). Pada kuadran kedua/atribut perlu dipertahankan terdapat 8 atribut (kenyamanan tempat makan, mushola dan toilet, tempat parkir luas, pegawai rapi, sigap, cepat dan memberikan sapaan). Pada kuadran ketiga/atribut prioritas rendah terdapat 6 atribut (ruang makan bersih, pegawai memberikan perhatian individu dan menggunakan APD, makanan enak, sesuai selera, harga terjangkau dan tampilan menggugah selera). Dan pada kuadran keempat/atribut berlebihan terdapat 2 atribut (pegawai melayani sesuai kebutuhan, lokasi mudah ditemukan). Rumah Makan Padang Payakumbuh dapat mempertahankan dan meningkatkan atribut pada kuadran 1 dan 2 dan dapat memperbaiki atribut pada kuadran 3 dan 4.

Kata Kunci: Kepuasan konsumen, Metode IPA, Pembelian berulang

Abstract

This study aimed to determine the importance of making repeat purchase decisions and the level of customer satisfaction at Rumah Makan Padang Payakumbuh. The analysis method used is the IPA (Importance Performance Analysis) method for 100 panelists with two types of essential factors (level of satisfaction and importance). The results are divided into four quadrants; in the first quadrant/priority attribute, there are three attributes (responsive employees, friendly serving employees, and hygienic cutlery). In the second quadrant/attributes that need to be maintained, there are eight attributes (the comfort of the place to eat, prayer rooms and toilets, large parking lots, neat employees, swift, fast, and provide greetings). In the third quadrant / low priority attributes, there are six attributes (clean dining room, employees providing individual attention and using PPE, good food according to taste, affordable prices, and appetizing appearance). And in the fourth quadrant / excessive attributes, there are two attributes (employees serve as needed, and the location is easy to find). Padang Payakumbuh Restaurant can maintain and improve attributes in quadrants 1 and 2 and can improve attributes in quadrants 3 and 4.

Keywords: Consumer satisfaction, IPA method, Repeat purchases

Diterima:; Direvisi:; Disetujui:

How to cite:	Nama Author. (Tahun). Judul Artikel. Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi Kewirausahaan Vol X(Nomor):Halaman
E-ISSN:	
Published by:	

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam dan keanekaragaman budaya dengan ciri khas per daerahnya. Tidak hanya kekayaan alam namun juga kekayaan budaya dan kulinernya. Industri jasa akan turut memegang peranan penting dalam mengelola kekayaan termasuk di dalamnya kekayaan kuliner (Teruna et al., 2023). Perusahaan layanan jasa berupa makanan akan berhadapan dengan faktor penunjang lainnya untuk mempertahankan produk dan konsumen dengan berfokus pada kepuasan yang dihasilkan untuk konsumen (Zikri dan Nurdin, 2021). Makanan yang merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi oleh manusia untuk bertahan hidup (Ardiansyah, 2020). Kota Bogor merupakan salah satu kota yang ramai dikunjungi oleh para wisatawan karena terkenal akan kekayaan kulinernya. Bogor dipilih menjadi tempat penjualan karena ramai dikunjungi oleh para wisatawan. Tidak hanya makanan khas Bogor yang dijajakan oleh para penjual namun juga makanan khas daerah lain salah satunya makanan padang.

Makan padang merupakan salah satu jenis makanan yang sangat digandrungi karena kaya akan cita rasa nusantara. Salah satu rumah makan padang yang terkenal dan banyak diminati konsumen adalah Rumah Makan Padang Payakumbuh. Rumah Makan Padang Payakumbuh merupakan salah satu restoran padang yang bergerak di industri franchise. Rumah makan ini didirikan pada Juni 2021 oleh Arief Muhammad. Arief Muhammad adalah seorang konten kreator dan juga seorang pengusaha keturunan Minangkabau. Sebelumnya sang pemilik Rumah Makan Padang Payakumbuh, Arief Muhammad pernah dinobatkan sebagai Duta Nasi Padang oleh Wakil Gubernur Sumatera Barat Audy Joinaldy untuk memperkenalkan masakan Minang ke pelosok negeri, hal inilah yang menjadi alasan didirikannya Rumah Makan Padang Payakumbuh. Selain menjual produk, Rumah Makan Padang Payakumbuh juga menyediakan pelayanan yang ramah sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk mencoba menikmati produk dari Rumah Makan Padang Payakumbuh. Selain produk yang dijual pelayanan yang diberikan juga akan menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen melakukan pembelian berulang karena sejatinya konsumen juga memiliki kebutuhan lain yaitu pada bidang pelayanan (Anggraini et al., 2015).

Konsumen merupakan target utama dalam setiap proses pemasaran. Perilaku konsumen harus dipelajari untuk mempertahankan konsumen dan menarik minat konsumen lainnya serta untuk bertahan di dalam suatu pasar (Sinaga, 2016). Perilaku konsumen akan terhubung ke dalam kebutuhan konsumen (Nabila et al., 2023). Apabila telah mengetahui apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, maka produsen atau pemasar akan mengetahui keputusan tepat dan efisien apa yang harus diambil (Nuryanti et al., 2023). Konsumen akan puas jika penilaian kinerja sesuai dengan standar kepentingan yang dimiliki (Atikah dan Setiawan, 2014). Dengan melihat kedua faktor tersebut akan lebih mudah untuk suatu perusahaan melakukan peningkatan maupun perbaikan. Mempelajari perilaku konsumen dapat memberikan petunjuk untuk memperbaiki dan memperkenalkan produk atau jasa, menetapkan harga, membuat perencanaan saluran dan mengembangkan kegiatan pemasaran lainnya (Pratiwi dan Ita, 2018). Setelah mempelajari perilaku konsumen akan terdapat proses pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan oleh konsumen akan didahului oleh beberapa tahapan diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan evaluasi akhir. Proses tersebut akan banyak dipengaruhi oleh hal-hal lain. Proses evaluasi akhir akan menentukan puas atau tidaknya konsumen sehingga perusahaan harus terlebih dahulu membuat strategi pemasaran untuk memperbesar kemungkinan kepuasan konsumen (Selviani, 2016).

Setiap perusahaan memiliki strategi bauran pemasaran dalam membangun usahanya. Strategi bauran pemasaran tersebut diantaranya adalah 4P yang mencakup *place*, *product*, *place*, dan *price* (Ananto et al., 2023). Melalui strategi bauran pasar yang telah ditentukan oleh perusahaan kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian berulang akan semakin besar (Landa et al., 2022). Faktor paling besar yang dapat mempengaruhi pembelian berulang oleh konsumen dapat diketahui menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang merupakan suatu metode untuk mengatur dan menilai kinerja atribut dari suatu perusahaan untuk mengembangkan proses pemasaran suatu usaha yang efektif serta mengelompokkan atribut yang perlu dipertahankan, dikembangkan, maupun dikurangi kinerjanya dalam suatu perusahaan (Fitowin, 2021). Selain itu metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dapat mengetahui pandangan konsumen terhadap suatu perusahaan dilihat dari tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan (Santoso et al., 2011). Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) akan menghasilkan diagram dengan 4 kuadran yaitu kuadran 1, 2, 3, dan 4. Setiap kuadran akan mewakili kepuasan konsumen sesuai dengan produk maupun layanan yang diberikan (Ramadhanti dan Marlana, 2021).

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan pada Rumah Makan Payakumbuh Bogor yang terletak di Jalan Pajajaran dan dilakukan pada bulan April hingga Juni. Penelitian berlangsung di Rumah Makan Padang Payakumbuh daerah Bogor dengan responden sebanyak 100 responden. Pengisian kuesioner dilakukan secara *online* dan *offline*. Cara *offline* dilakukan dengan mendatangi langsung Rumah Makan Padang Payakumbuh dan meminta kesediaan 40 responden untuk mengisi kuesioner. Pengisian secara *online* dilakukan dengan pengisian formulir melalui google formulir kepada 60 responden yang pernah melakukan pembelian di Rumah Makan Padang Payakumbuh. Hasil penelitian akan diolah lebih lanjut menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan metode yang digunakan sebagai alat bantu analisis untuk membandingkan kinerja perusahaan yang berkaitan dengan keputusan pelanggan yang pertama kali dikenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 (Yola dan Budianto, 2013).

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dipilih karena beberapa keunggulan diantaranya menunjukkan atribut yang perlu ditingkatkan untuk memenuhi kepuasan konsumen, hasil mudah diinterpretasikan, biaya yang murah, dan skala yang dihasilkan dalam metode penelitian dapat dengan mudah dimengerti. Tingkat kepuasan pelanggan akan ditentukan berdasarkan skor di dalam kuesioner yang telah dibuat. Hasil tingkat kepuasan pelanggan akan skor kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan sebagai panelis. Skor yang dihasilkan merupakan bentuk kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Hasil dari metode IPA (*Importance Performance Analysis*) akan diolah menjadi diagram kartesius dengan sumbu x menunjukkan tingkat kinerja (*performance*) dan sumbu y menunjukkan tingkat kepentingan (*importance*) (Prasetio., 2017). Diagram kartesius terbagi menjadi 4 kuadran diantaranya kuadran I (prioritas tinggi), kuadran II (kepentingan tinggi/pertahankan), kuadran III (prioritas rendah), dan kuadran IV (kepentingan rendah/berlebihan) (Fadhilillah dan Suhendar, 2021).

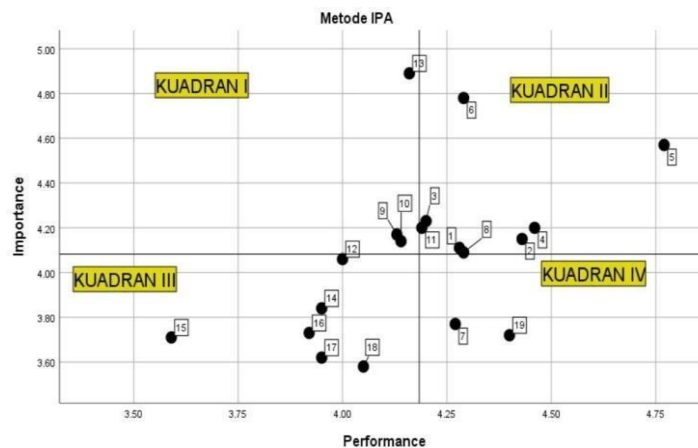
HASIL DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Padang Payakumbuh berkembang pesat setiap tahunnya. Pada tahun 2023, Rumah Makan Padang Payakumbuh telah memiliki 5 (lima) cabang diantaranya di BSD (Tangerang Selatan), Gading Serpong (Tangerang), Kelapa Dua (Tangerang), Jakarta Selatan, dan Bogor. Pada cabang di kota Bogor restoran ini buka setiap hari, mulai pukul 10.00 sampai 21.00 WIB. Restoran ini terdiri dari dua lantai, diantaranya terdapat ruangan VIP yang khusus untuk mengadakan pertemuan, ruang makan dilengkapi AC, ruang bebas asap rokok di lantai atas, serta fasilitas mushola dan wastafel yang memadai untuk para pengunjung. Mayoritas pelanggan Payakumbuh yang datang merupakan pelanggan dewasa berusia 17 tahun sampai 45 tahun.

Rumah Makan Padang Payakumbuh menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman yang terdiri atas beragam menu nasi bungkus, menu tambahan, menu pilihan daging, menu pilihan ikan, menu pilihan ayam, menu sarapan, menu pilihan minuman, aneka jus, dan hidangan penutup. Beberapa menu khas dari restoran ini yang menjadi favorit para pengunjung diantaranya dendeng batokok, talua barendo, ikan asap salai, tunjang, rendang, kerupuk kulit siram. Sementara itu, menu *dessert* dan minuman yang menjadi favorit diantaranya es durian, kopmil (kopi milo), dan teh talua. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan menggunakan grafik sarang laba-laba dengan pengisian kuesioner sebanyak 19 pertanyaan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen mengenai Rumah Makan Padang Payakumbuh. Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup 19 atribut yang dibagi menjadi 6 parameter. Berikut atribut-atribut yang digunakan:

- a. Bukti fisik
 - 1) Kenyamanan ruang makan
 - 2) Mushola
 - 3) Toilet
 - 4) Tempat parkir
 - 5) Penampilan pegawai
- b. Keandalan
 - 1) Kesigapan pegawai
 - 2) Pengertian pegawai terhadap konsumen
- c. Daya tanggap
 - 1) Kecepatan pelayanan
 - 2) Ketanggapan pegawai
- d. Empati
 - 1) Keramahan pelayanan
 - 2) Sapaan pegawai
 - 3) Kepedulian pegawai
- e. Jaminan
 - 1) Kebersihan alat makan
 - 2) Kebersihan ruang makan
 - 3) Kebersihan pegawai
- f. Atribut rumah makan
 - 1) Rasa
 - 2) Harga
 - 3) Tampilan makanan
 - 4) Lokasi

Parameter bukti fisik dan atribut rumah makan berfungsi untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap fasilitas yang tersedia di Rumah Makan Padang Payakumbuh. Parameter keandalan, daya tanggap dan empati berfungsi untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Dan parameter jaminan berfungsi untuk mengetahui jaminan kebersihan yang terdapat pada rumah makan. Hasil dari pengisian kuesioner kemudian diolah dengan aplikasi SPSS dengan hasil berupa empat kuadran kepentingan dan kepuasan menurut konsumen Rumah Makan Padang Payakumbuh.



Gambar 1 Hasil pengolahan data kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Payakumbuh menggunakan metode IPA

Pengolahan data terbagi menjadi empat kuadran seperti yang tertera pada Gambar 1. Kuadran pertama adalah atribut prioritas utama, kuadran kedua atribut yang perlu dipertahankan, kuadran ketiga merupakan atribut prioritas rendah dan kuadran keempat merupakan atribut yang berlebihan. Pada kuadran pertama yaitu atribut prioritas utama dari Rumah Makan Padang Payakumbuh adalah ketanggapan pegawai, keramahan pelayanan dan kebersihan alat makan. Hal tersebut dapat terlihat dari pegawai Rumah Makan Padang Payakumbuh yang selalu ramah dan memberi sapaan atau pemberitahuan kepada pegawai lainnya dengan pengucapan “tamu tibo” yang artinya “tamu tiba”. Kualitas pelayanan akan menjadi salah satu hal penting terutama di bidang *food service* sehingga ketika konsumen merasakan kepuasan pada hal pelayanan maka akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian berulang (Jamaludin, 2018). Alat makan yang digunakan higienis sehingga dapat menjadi salah satu prinsip sanitasi dan *hygiene* di dalam suatu perusahaan (Devika *et al.*, 2018).

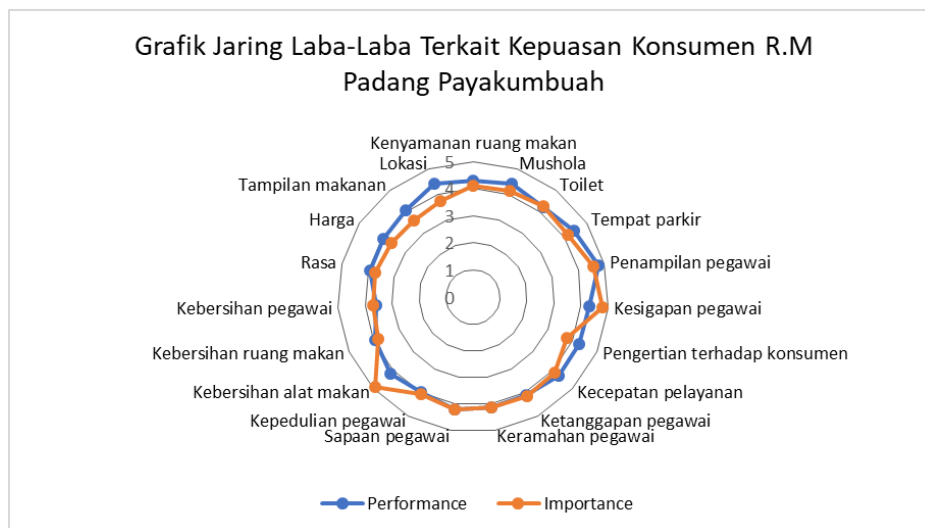
Kuadran kedua yaitu atribut yang perlu dipertahankan dari Rumah Makan Padang Payakumbuh adalah kenyamanan ruang makan, mushola, toilet, penampilan pegawai, kesiapan pegawai, kecepatan pelayanan dan sapaan pegawai. Hal tersebut didukung dari posisi mushola yang terpisah (lantai 2) dari ruang makan dan bersih sehingga tidak mengganggu aktivitas pelanggan. Pegawai yang bekerja menggunakan seragam dengan rapi dan didukung dengan banyaknya pegawai sehingga dapat melayani konsumen dengan cepat. Selain itu terdapat pula lahan parkir yang cukup luas sehingga bisa ditempati 8 sampai 10 unit mobil.

Kuadran ketiga yaitu atribut dengan prioritas rendah adalah kepedulian pegawai, kebersihan ruang makan, kebersihan pegawai, rasa, harga dan tampilan makanan. Bukti pendukung diantaranya beberapa pegawai Rumah Makan Padang Payakumbuh yang

menggunakan masker selama kegiatan pelayanan berlangsung. Ruang makan yang selalu diperhatikan kebersihannya, apabila konsumen telah pergi piring kotor dan meja segera dibersihkan oleh para pegawai. Selain itu berdasarkan harga dimana rumah makan ini menargetkan pasar menengah ke atas sehingga mungkin untuk masyarakat menengah bawah harga yang diberikan akan sedikit mahal.

Kuadran keempat yaitu atribut berlebihan pada Rumah Makan Padang Payakumbuh adalah pengertian pegawai terhadap konsumen dan lokasi rumah makan. Bukti pendukung yaitu pegawai yang melayani konsumen sesuai dengan pesanan. Pesanan konsumen dibedakan untuk pemesanan makan di tempat dan pemesanan dibawa pulang (*take away*). Untuk pemesanan secara langsung pegawai Rumah Makan Padang Payakumbuh akan menanyakan terlebih dahulu untuk lauk pauk yang dihidangkan semua atau hanya beberapa lauk pilihan saja yang dihidangkan sementara untuk pemesanan *take away* dapat langsung memesan dan membayar pada kasir dan menunggu di bagian pintu masuk Rumah Makan Padang Payakumbuh. Faktor atribut lainnya yaitu lokasi Rumah Makan Padang Payakumbuh yang mudah ditemukan yaitu di jalan Pajajaran Bogor yang merupakan jalan utama sehingga tidak sulit untuk menemukan Rumah Makan Padang Payakumbuh.

Berdasarkan data IPA (*Importance Performance Analysis*) yang telah diperoleh pihak Rumah Makan Padang Payakumbuh Bogor perlu mempertahankan atribut yang berada di kuadran pertama dan kuadran kedua. Atribut pada kuadran ketiga dan kuadran keempat perlu ditinjau kembali agar konsumen lebih puas dari segala macam atribut sehingga memungkinkan konsumen melakukan pembelian berulang karena merasa puas dari segala segi atribut pemasaran yang ditawarkan.



Gambar 2 Hasil pengolahan data kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang Payakumbuh menggunakan grafik jaring laba-laba.

Tingkat kepentingan konsumen adalah keyakinan atau harapan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang akan dijadikan standar acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut (Ussolikhah et al., 2023). Sementara tingkat kinerja adalah untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan grafik jaring laba-laba untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Makan Padang Payakumbuh. Atribut kinerja yang memiliki nilai lebih tinggi daripada atribut kepentingan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja rumah makan pada atribut yang disebutkan telah memenuhi bahkan melebihi dari

harapan konsumen sehingga konsumen puas dengan kinerja rumah makan. Berdasarkan Gambar 2 terdapat 12 dari 19 atribut kinerja yang telah memuaskan bagi konsumen, yaitu kenyamanan ruang makan, mushola, tempat parkir, penampilan pegawai, pengertian pegawai terhadap konsumen, kecepatan pelayanan, keramahan pegawai, kebersihan ruang makan, rasa, harga, tampilan makanan dan lokasi rumah makan. Secara keseluruhan konsumen telah puas dengan kinerja rumah makan. Konsumen yang puas memiliki peluang untuk melakukan pembelian berulang dan menjadi konsumen yang loyal. Rumah makan harus mempertahankan kinerjanya.

Sementara itu, 7 atribut kinerja yang memiliki nilai lebih rendah daripada atribut kepentingan menunjukkan bahwa kinerja rumah makan belum memenuhi harapan yang diberikan oleh konsumen. Atribut yang kurang adalah kesiapan pegawai, kepedulian pegawai dan ketanggapan pegawai, hal ini dianggap konsumen kurang memuaskan karena rumah makan yang hampir selalu penuh dengan konsumen ditambah apabila pegawai yang bekerja belum berpengalaman sehingga kurang sigap dan mengetahui keinginan konsumen dengan baik. Permasalahan atribut ini dapat diselesaikan dengan memberikan pegawai pelatihan terlebih dahulu sebelum memulai kerja. Atribut kebersihan pegawai atau yang dimaksud adalah kebersihan pegawai pada saat mengambil makanan, konsumen menganggap atribut ini kurang memuaskan kemungkinan karena pegawai terkadang tidak menggunakan alat kebersihan (seperti sarung tangan dan masker) pada saat mengambil atau membungkus makanan. Atribut kebersihan alat makan dianggap kurang memuaskan karena konsumen menganggap alat makan yang diletakkan di meja merupakan alat makan yang sudah lama ditaruh di meja sehingga sudah tidak bersih. Atribut-atribut yang masih belum memenuhi kepuasan konsumen harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi supaya kepuasan konsumen bertambah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan terhadap Rumah Makan Padang Payakumbuh dengan 100 responden, pihak Rumah Makan Padang Payakumbuh perlu mempertahankan atribut yang menjadi faktor penting dalam pemilihan keputusan pembelian oleh konsumen serta memperbaiki atribut-atribut yang masih berada pada kuadran ketiga dengan prioritas rendah dan atribut keempat dengan atribut berlebihan sehingga memungkinkan konsumen melakukan pembelian berulang dan menetapkan keputusan pembelian pada Rumah Makan Padang Payakumbuh Bogor. Berdasarkan analisis jaring laba-laba yang dihasilkan, disimpulkan bahwa konsumen memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Hasil tersebut dapat dilihat dari banyaknya parameter yang memiliki nilai kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan nilai kepentingan. Semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka akan semakin besar peluang konsumen melakukan pembelian berulang.

BIBLIOGRAFI

- Anggraini L.D., Deoranto P., & Iksari D.M (2015), Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, 4(2), 74-81. <https://industri.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179/184>
- Ardiansyah M.R. (2020). Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bakso Boedjangan Dramaga. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/102642>

- Atikah N.S & 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/download/8264/6466/>
- Devika Inten A, I.G.A., Amna H., & Cokorda A.B.S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis di Twissterdog Denpasar. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 6(3), 250-259.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jtip/article/view/42689>
- Fadhilillah M.F. & Suhendar E. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis Dan Potential Gain In Customer Value Di PT Capsugel Indonesia. *IKRAITH-EKONOMIKA*. 3(4), 1-10. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1674/1377/>
- Fitowin J.S. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kedai Kopi Djuang Di Kota Jayapura. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor. https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/107969/WM%20-%20Fullteks%20-%20Skripsi%20-%20Jhonni%20Fitowin_H34170135-2.pdf?sequence=3&isAllowed=n
- Jamaludin, A. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 10(2), 1-19.
<https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/369/335>
- Landa K.S., Akhyadi A.S., Saripah .I., & Pratama F.A. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Makanan Di Rumah Makan Sederhana Padang. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah*. 7(1), 41-51.
<https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jpls/article/download/3196/2201>
- Pratiwi & Ita Wahyu. (2018). Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan Malang. Skripsi. Universitas Brawijaya. Malang.
<http://repository.ub.ac.id/163556/1/ITA%20WAHYU%20PRATIWI.pdf>
- Prasetio R.D. (2017). Analisis Perilaku Dan Kepuasan Konsumen Sari Kedelai Inasoya (Kasus Di Kampus Institut Pertanian Bogor, Dramaga, Bogor). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/90719>
- Ramadhanti E & Marlina N. (2021). Analisis Strategi Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance-Performance Analysis (IPA). *Jurnal Forum Ekonomi*. 23(3), 431-441.
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/9698/1346>
- Santoso, S., Mulyarto A.R., & Maharani S. (2011). Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Bakpao Telo dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Teknologi Pertanian*. 12(1), 23-30.
<https://jtp.ub.ac.id/index.php/jtp/article/download/330/418>
- Sinaga S.E.H. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Restoran Kroznat N' Friends Bogor. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
<https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/86024>

- Selviani A.N. (2016). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Restoran Oz Corner Dan Implikasi Terhadap Bauran Pemasaran. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. Bogor. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/86158>
- Yola, M., D & Budianto. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. 12 (12), 301-309. <https://josi.ft.unand.ac.id/index.php/josi/article/view/57>
- Zikri M., & Nurdin M.T. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Di Idi Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Jurnal Ekonomi Syaria'ah*. 2 (1). <https://journal.staiat.ac.id/index.php/iqtishady/article/download/56/48>
- Ananto, R., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Purna Jual Lampu Merk Hori Terhadap Keputusan Pembelian PT. Fokus Dayautama Di Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2720–2729.
- Nabila, N. A., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Nu Greantea. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2759–2766.
- Nuryanti, A. F., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tas Texas Collection Ditoko Texas Collection Jakarta Timur. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2749–2758.
- Teruna, D., Asyari, A., & Putra, S. S. (2023). PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN JUMLAH OUTLET TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN LEPAS PT XYZ. *Jurnal USAHA*, 4(1), 95–109.
- Ussolikhah, A., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Karimun Wagon R Di PT. Citra Asri Buana Cabang Nanggawer Bogor. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2739–2748.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License
