

ARTIKEL PROPOSAL_IMROATUL MUTHIAH_182010200228.docx

by

Submission date: 26-Sep-2023 08:08PM (UTC+0700)

Submission ID: 2177454914

File name: ARTIKEL PROPOSAL_IMROATUL MUTHIAH_182010200228.docx (134.98K)

Word count: 6639

Character count: 42106

Analisis kepuasan konsumen dengan metode ipa-kano pada produk kerupuk olahan ikan mujair cv. Sariram di desa prasung

Analysis of consumer satisfaction using the ipa-kano method on mujair fish cracker products cv. Sariram in prasung village

Imroatul Muthiah¹⁾, Rita Ambarwati Sukmono. SE. M.MT ²⁾

1)Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2)Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email penulis korespondensi: imroatulmutia2@gamil.com¹⁾..rita.umsida@gmail.com²⁾

1 **Abstract.** This research aims to analyze customer satisfaction using the IPA-KANO method on processed tilapia fish products from CV. SARIRAM in the Prasung village. This study employs quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study consists of 100 consumers of SARIRAM's processed tilapia fish products. The data analysis technique utilized in this research is the Critical Performance Analysis (IPA) and Kano method, which are then converted using the statistical software SPSS version 22.0. Subsequently, the IPA method will be used to identify variables that require improvement, categorized according to the Kano diagram. The Kano method is applied to determine the priority for improving attributes based on their categories. Finally, the IPA and Kano methods will be integrated to obtain the results in line with customer expectations and satisfaction. The primary data for this research is obtained from questionnaires. The results of the integration of Importance Performance Analysis (IPA) and the Kano model indicate that 3 attributes require improvement, 11 attributes fall into the category of needing to be maintained, and the remaining 6 attributes require special attention to enhance and improve customer satisfaction.

1 **Keywords:** Importance performance analysis, Kano, Customer Satisfaction

Abstrak. Penelitian ini bertujuan guna menganalisis kepuasan konsumen dengan metode IPA-KANO terhadap produk ikan nila olahan CV. SARIRAM di desa Prasung. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan uji hipotesis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang konsumen produk olahan ikan nila. SARIRAM. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Critical Performance Analysis (IPA) dan Kano yang kemudian dikonversi menggunakan software statistik SPSS versi 22.0. Kemudian metode IPA akan digunakan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang memerlukan perbaikan dengan membaginya sesuai diagram Karterius, Metode kano dipergunakan untuk menentukan prioritas perbaikan atribut berdasarkan kategorinya, Kemudian metode IPA dan Kano akan diintegrasikan untuk memperoleh hasilnya. sesuai dengan harapan dan harapan kepuasan konsumen. Data utama penelitian ini diperoleh dari kuesioner. Hasil integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan model Kano menunjukkan 3 atribut mengalami perbaikan, 11 atribut masuk dalam kategori perlu dipertahankan, dan 6 atribut sisanya merupakan atribut yang memerlukan perhatian khusus. ditingkatkan dan berfungsi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

2 **Kata kunci:** Importance performance analysis, Kano, Kepuasan konsumen

I. PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai banyak produk yang berhubungan dengan kearifan lokal, hal ini dikarenakan pada setiap wilayah atau daerah yang ada di negara Indonesia pasti memiliki oleh-oleh khas dari daerah tersebut. Era pemerintah Bapak Presiden Jokowi Widodo atau Jokowi, sedang gencar-gencarnya menggerakkan bidang ekonomi kreatif dapat berkembang dan menjadi salah satu penyumbang pemasukan negara yang terbesar.

Di salah satu desa di kota Sidoarjo, Jawa Timur yang beralamatkan di desa Prasung Tani RT/RW 06/03, ada perusahaan yang bernama CV. SARIRAM yang memproduksi kerupuk dengan bahan dasar olahan dari ikan mujair. Dalam hal ini penelitian akan meneliti serta menganalisis mengenai produk kerupuk olahan ikan mujair yang diproduksi oleh CV. SARIRAM ini merupakan salah satu produk home industri rumahan yang selalu menjadi incaran bagi banyak pelanggan serta sebagai buah tangan ketika ada pelanggan yang sedang berwisata di Delta Fhising Sidoarjo, dan berkembang kerupuk olahan ikan mujair hingga ke pasar nasional maupun internasional. Menurut (Fure et al., 2015) Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan, salah satunya yaitu tentang citra rasa, tekstur, warna, kemasan, dan lain lain.

Pada saat ini kerupuk olahan ikan mujair yang diproduksi oleh CV. SARIRAM dikenakan oleh semua kalangan masyarakat bahkan hingga masyarakat lokal maupun luar kota. Para produsen serta bagian pemasaran harus berfikir keras bagaimana caranya untuk tetap eksis dan terus bisa memproduksi kerupuk olahan ikan mujair sesuai harapan dan keinginan konsumen. Perusahaan harus berupaya sungguh-sungguh untuk mempelajari serta memahami kebutuhan dan harapan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, harapan, dan permintaan pelanggan, ini akan memberikan masukan yang berharga bagi perusahaan untuk merencanakan strategi pemasaran sehingga dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2003:140).

Perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai fokus utama dalam keputusan pembelian oleh konsumen atau pelanggan. Ini tercermin dalam peningkatan jumlah perusahaan yang menggabungkan komitmen terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misi mereka, promosi melalui iklan, dan pemberitahuan hubungan masyarakat. Kunci utama bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyediaan produk dan layanan yang berkualitas dengan harga yang kompetitif

Oleh karena itu pada penelitian ini kepuasan konsumen pada produk olahan kerupuk ikan mujair sangatlah penting bagi seorang produsen karena merupakan faktor yang sangat krusial bagi produsen untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Pada penelitian ini yaitu menggunakan metode IPA – KANO dimana parameter Rasa, Warna, Tekstur, daya Kembang Dan Kemasan menjadi sebuah dimensi yang penting dalam penilaian konsumen untuk mengatur kepuasan konsumen tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan research gap dengan jenis empirical gap. Empirical gap yaitu yang menekankan kesenjangan fenomena empiris. Yang menjadi tolak ukur adanya inkonsistensi dalam penelitiannya. Dengan kata lain, peneliti akan menemukan titik kesenjangan antara fenomena yang tidak asing terjadi dengan bukti lapangan yang ada. Dengan begitu peneliti dapat mengatur strategi berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ryco Pradhana Candra, Masjraul Hidayat, Suharto Abdul Majid dan Prasadja Ricardianto (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Penggunaan metode analisis kinerja kritis dan pemodelan kano penumpang kereta api di stasiun bekasi”, hasil analisis menunjukkan bahwa ada empat faktor yang perlu menjadi prioritas untuk perbaikan. Hal ini mencakup kehandalan dan kepercayaan agen Stasiun Bekasi, kompetensi dan kehandalan agen tersebut, kemampuan agen dalam memberikan informasi yang memadai dan pengetahuan yang cukup ketika menjawab pertanyaan penumpang, serta kualitas fasilitas yang disediakan Stasiun Bekasi. Keempat faktor tersebut semuanya berada pada kuadran I sehingga perbaikan pada faktor-faktor tersebut perlu diprioritaskan karena dianggap sangat penting oleh pengguna jasa. Namun kinerja mereka saat ini masih kurang memuaskan dan masuk dalam kategori searah artinya kepuasan pelanggan mempunyai hubungan linier dengan kinerja faktor produk.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Glisina Dwinoor Rembulan, Giovandri Septorino dan Filscha Nurprihatin (2022) dalam penelitiannya yang bertajuk “Mengintegrasikan metode ilmu alam dan model Kano dalam menganalisis kualitas pelayanan toko roti di unit Sunter”, hasilnya menunjukkan terdapat 4 atribut yang perlu perbaikan berdasarkan metode IPA karena terletak pada kuadran I. Sebanyak 11 atribut bertipe satu dimensi dan 6 atribut bertipe wajib berdasarkan model Kano. Selain itu, terdapat delapan atribut yang memerlukan perbaikan berdasarkan integrasi metode IPA dan model Kano.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan dalam kualitas pelayanan Sunter toko roti dan hal ini akan menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Hal yang membedakan dengan penelitian yang lain yakni dalam metode yang digunakan tersebut berbeda dengan posisi penelitian yang lainnya, serta arah yang dijadikan sebagai tujuan penelitian juga berbeda. Pada metode IPA-KANO umumnya digunakan untuk analisa kepuasan pelayanan, namun pada penelitian ini digunakan untuk analisa

kepuasan pelanggan pada produk kerupuk ikan mujair, maka dari itu hasil yang di dapatkan dari penelitian ini yakni untuk mendapatkan hasil untuk menentukan ukuran tingkat kepuasan konsumen pada produk kerupuk ikan mujair.

Berdasarkan latar belakang dan uraian di atas, peneliti dalam penelitian ini menentukan judul "Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Metode Ipa-Kano Pada Produk Kerupuk Olahan Ikan Mujair Di Desa Prasung Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Di Sidoarjo" yang bertujuan menganalisis kepuasan konsumen pada produk kerupuk olahan ikan mujair di desa prasung dengan harapan peneliti mendapatkan hasil yang perlu di perhatikan dalam penelitian konsumen untuk di sampaikan kepada produsen agar produsen dapat mengembangkan kualitas produk olahan ikan mujair sesuai apa yang di inginkan konsumen.

II. LITERATUR REVIEW

Pemasaran adalah suatu proses sosial dimana individu atau kelompok memperoleh apa yang mereka inginkan dan butuhkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Fatimah dan Soedarmadi, 2020:138). Jannah (2018) mengartikan pemasaran sebagai satu fungsi dalam organisasi dan serangkaian langkah untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen, serta mengelola hubungan konsumen dengan organisasi dan pihak-pihak yang terkait agar menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016: 27) didefinisikan sebagai "seni dan ilmu dalam memilih pasar target serta mendapatkan, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan cara menciptakan, menghadirkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang superior." Sementara itu, Hasibuan (2017: 22) mendeskripsikan manajemen pemasaran sebagai upaya "mengatur bagaimana agar produk dan jasa dapat terjual seoptimal mungkin dan memberikan laba yang wajar." Assauri (2017:73) juga menggambarkan manajemen pemasaran sebagai usaha untuk mencapai hasil yang diinginkan di pasar yang dituju.

Kotler (2009:138) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah seseorang membandingkan antara pengalaman atau hasil yang diterima dari suatu produk dengan harapannya. Menurut Ratnasari (2017), kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang yang diukur melalui perbandingan antara kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan yang dimilikinya.

Kerupuk, pada dasarnya, adalah jenis makanan kering yang terbuat dari bahan-bahan yang memiliki kandungan pati yang cukup tinggi. Kerupuk adalah produk makanan yang berbentuk lempengan tipis yang dihasilkan dari adonan dengan bahan dasar utama berupa pati (Tarwiyah, 2001). Kerupuk merupakan camilan yang dibuat dengan mencampur tepung tapioka dengan bahan perasa seperti udang atau ikan. Proses pembuatan kerupuk melibatkan pengukusan adonan sebelum dipotong tipis-tipis, kemudian mengeringkannya di bawah sinar matahari, dan akhirnya menggorengnya dalam minyak yang banyak.

Definisi masing-masing Parameter Krupuk Olahan Ikan Mujair

- a) Cita rasa merupakan cara untuk memilih makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut. Cita rasa mencakup penampilan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu makanan. Ini adalah hasil dari kerja sama dari lima indera manusia, yaitu perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri terbentuk melalui indera perasa yang terletak di lidah, pipi, tenggorokan, dan atap mulut, yang merupakan bagian dari citarasa. (Sugeng Nugroho Adi, 2016).
- b) Tekstur adalah kondisi permukaan suatu objek atau kesan yang timbul dari apa yang terlihat pada permukaan objek. Tekstur adalah karakteristik visual yang mencerminkan sifat suatu objek. Dalam konteks ini, tekstur pada kerupuk olahan ikan nila adalah tampilan atau bentuknya. (Bahari, 2014; Daryanto dan Setyobudi, 2014).
- c) Warna makanan adalah salah satu aspek penting dalam penampilan makanan. Warna makanan adalah hal pertama yang dilihat oleh mata manusia saat melihat makanan. Makanan dengan warna yang menarik dapat merangsang selera makan, sementara warna yang kurang menarik dapat mengurangi selera makan. Warna juga dapat menjadi indikator kesegaran atau tingkat kematangan makanan. (Winarno, 2004).
- d) Daya kembang kerupuk adalah salah satu faktor penentu kualitas kerupuk yang baik. Daya kembang menggambarkan kemampuan kerupuk untuk mengembang saat dipanaskan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor seperti kandungan amilopektin dalam kerupuk, proses pengadukan, dan homogenisasi adonan. Daya kembang yang baik dapat menciptakan tekstur kerupuk yang renyah dan menarik bagi konsumen. (Susanti, 2007; Koswara, 2009).
- e) Kemasan adalah kegiatan perencanaan dan desain wadah atau pembungkusan suatu produk. Kemasan memiliki fungsi utama untuk melindungi produk dan memengaruhi penampilan produk. Kemasan juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. (Swastha, 2005; Kotler dan Armstrong, 2012).

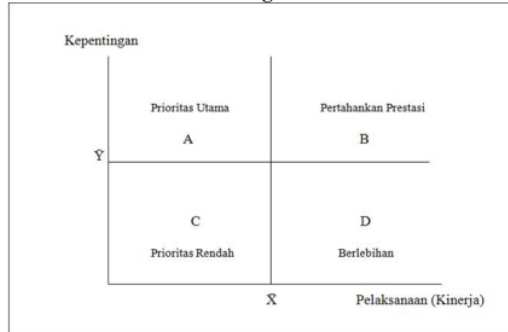
Importance Performance Analysis (IPA) salah satu metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja berbagai atribut yang relevan dalam suatu perusahaan. Teknik IPA pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James pada tahun 1977 dan digunakan untuk menilai sejauh mana atribut-atribut tersebut memengaruhi kepuasan pelanggan. Analisis ini memungkinkan perusahaan untuk menilai apa yang

perlu diperbaiki dan dipertahankan dalam layanan yang mereka berikan kepada pelanggan. (Martilla & James, 1977; Tjiptono dan Chandra, 2016; Lupiyoadi, 2015).

Dalam IPA, nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja atribut dianalisis dalam Importance-Performance Matrix. Hal ini membantu perusahaan untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. (Lupiyoadi, 2015).

Dengan menggunakan metode IPA, perusahaan dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan, menilai kinerja mereka dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Ini dapat menjadi dasar untuk meningkatkan layanan pelanggan dan menjaga kepuasan pelanggan. (Lupiyoadi, 2015). Diagram kartesius metode IPA dapat ditunjukkan pada gambar yakni:

Gambar 1. Diagram Kartesius



Sumber : Lupiyoadi dan Bramulya (2015:242)

Kano Model, yang pertama kali dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano dari Tokyo Riko University Jepang pada tahun 1984, awalnya diciptakan untuk membuat model yang bisa mengkategorikan unsur-unsur dalam produk atau layanan berdasarkan bagaimana unsur-unsur tersebut memengaruhi kebutuhan pelanggan. Kano Model bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut-atribut produk atau layanan dan memberikan penilaian terhadap sejauh mana atribut-atribut tersebut memenuhi harapan pelanggan. Metode Kano Model dianggap sebagai metode yang relatif sederhana, namun dalam praktiknya, metode ini dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan yang disediakan kepada pelanggan. Pendekatan ini difokuskan pada pengelompokan atribut-atribut layanan dan menganalisisnya berdasarkan persepsi pelanggan serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Kano Model menghasilkan informasi yang berguna untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan.

Tabel 1. Evaluasi Kano

KebutuhanKonsumen	Dysfunctional				
	1	2	3	4	5
	Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	TidakSuka
functional	Q	A	A	A	O
1. suka	R	I	I	I	M
2. mengharap	R	I	I	I	M
3. netral	R	R	R	R	Q
4. toleransi	R	R	R	R	Q
5. tidaksuka	R	R	R	R	Q

Keterangan :

Q = *Questionable* (diragukan)

R = *Reserve* (kemunduran)

A = *Attractive* (menarik)

I = *Indifferent* (netral)

O = *One dimensional* (satu ukuran)

M = *Must be* (keharusan)

III. METODE

Pada penelitian ini mempergunakan metode IPA –KANO. IPA (Importance Performance Analysis) merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk menggambarkan tingkat kepentingan relatif dari berbagai atribut dan kinerja perusahaan dalam menentukan atribut yang memiliki peran mendasar. Sementara itu, KANO adalah sebuah metode yang bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut-atribut produk atau layanan berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada penelitian ini yaitu menggunakan metode IPA dimana kuisisioner tersebut di sebarakan kepada konsumen yang berisikan pernyataan pernyataan untuk mengukur tingkat kenyataan dan harapan konsumen terhadap kepuasan yang di rasakan konsumen, kemudian hasil dari kuisisioner tersebut akan di konverensikan menggunakan software statistik SPSS versi 22.0. setelah itu kita dapat mengetahui hasil dari setiap atribut yang perlu perbaikan. Setelah itu dilanjutkan menggunakan metode KANO dimana responden diminta untuk menjawab kuisisioner yang berisikan pernyataan yang berkenaan dengan aspek Functional dan Disfunctional untuk mengukur apakah produk olahan kerupuk ikan mujair tersebut mampu memberikan kepuasan rasa terhadap konsumen untuk mendapat hasil atribut yang perlu di perhatikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di CV. SARIRAM yang beralamatkan di Desa Prasung Tani RT/RW 06/03, kecamatan Buduran, Sidoarjo, 61252. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental* sampling karena peneliti menyebarkan angket/kuisisioner kepada setiap konsumen atau pelanggan produk kerupuk olahan ikan mujair CV. SARIRAM di desa Prasung yang datang serta membeli produk tersebut. Sugiyono (2016:124), Sampling Insidental/Accidental Sampling yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang di temui saat peneliti melakukan pengambilan data di bulan agustus s/d oktober. Untuk memastikan kualitas penelitian yang sesuai dengan pedoman yang telah diajukan oleh Ghazali dan Latan (2015), jumlah sampel yang digunakan berkisar antara 30 hingga 100 responden. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, kami memilih untuk mengambil sampel sebanyak 100 konsumen. Tujuan dari penggunaan 100 responden ini adalah untuk mempermudah perhitungan persentase selama proses analisis data.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada semua konsumen produk kerupuk olahan ikan mujair yang diproduksi oleh CV. SARIRAM di Desa Prasung. Di sisi lain, data sekunder diperoleh dari sumber-sumber lain seperti jurnal dan dokumentasi penelitian yang telah tersedia sebelumnya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

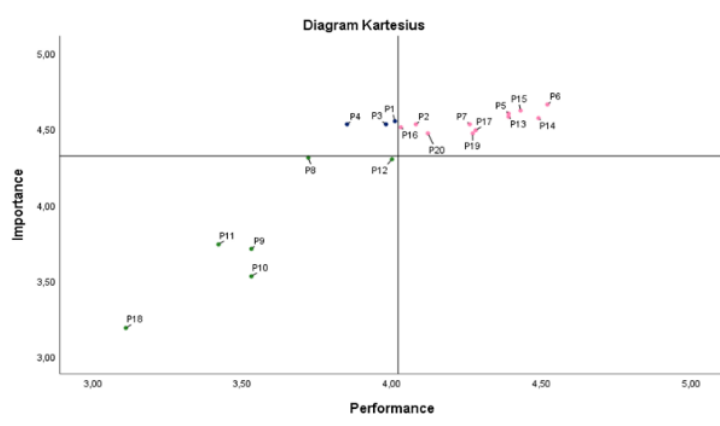
Proses perancangan kuisisioner mulai dengan mengidentifikasi aspek-aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Aspek-aspek tersebut kemudian dikelompokkan menjadi lima aspek yang berkaitan dengan kualitas produk yaitu rasa, tekstur, warna, kemampuan mengembang kerupuk dan kemasan. Penentuan atribut kualitas produk didasarkan pada hasil wawancara dengan responden dan konsultasi dengan pihak perusahaan. Wawancara ini menanyakan 20 pertanyaan terkait kualitas produk olahan ikan mujair. Kemudian, desain kuisisioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh atribut mempunyai nilai r lebih besar dari r tabel, sehingga kuisisioner dianggap valid. Selanjutnya hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan nilai rata-rata pada taraf aktual sebesar 4,02, sedangkan taraf yang diharapkan mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,32 untuk angket ilmiah dan nilai, nilai alpha Cronbach sebesar 0,429 untuk angket Kano. Nilai Cronbach's alpha melebihi 0,70 yang berarti kuisisioner tersebut dianggap reliabel. Perhitungan nilai rata-rata tingkat aktual dan tingkat yang diharapkan untuk setiap atribut kepuasan konsumen dihitung menggunakan persamaan 1 dan 2. Perhitungan ini dilakukan untuk memudahkan dalam menganalisis data dengan menggunakan metode IPA. Hasil penilaian responden terhadap masing-masing atribut realitas dan harapan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian Metode IPA

Hasil perhitungan Tingkat kenyataan dan Tingkat harapan				
Atribut	Skor kenyataan	Skor Harapan	Tingkat kenyataan	Tingkat Harapan
P1	401	455	4,01	4,55
P2	408	453	4,08	4,53
P3	398	453	3,98	4,53
P4	385	453	3,85	4,53
P5	439	460	4,39	4,6
P6	452	466	4,52	4,66
P7	426	453	4,26	4,53

P8	372	431	3,72	4,31
P9	353	371	3,53	3,71
P10	353	353	3,53	3,53
P11	342	374	3,42	3,74
P12	400	430	4	4,3
P13	439	458	4,39	4,58
P14	449	457	4,49	4,57
P15	443	462	4,43	4,62
P16	403	451	4,03	4,51
P17	428	449	4,28	4,49
P18	311	319	3,11	3,19
P19	427	447	4,27	4,47
P20	412	447	4,12	4,47
Rata - rata			4,02	4,32

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi diagram kartesius yang dianalisis ke dalam metode *Importance performance Analysis*(IPA) :



Gambar 2. Kategori Atribut Kepuasan Konsumen Berdasarkan Model IPA

Penjabaran atribut kepuasan konsumen diatas dapat di bagi menjadi 4 golongan yaitu kuadran A (prioritas utama), kuadran B (pertahankan prestasi), kuadran C (prioritas rendah), kuadran D (berlebihan). Dibawah ini akan saua jabarkan berdasarkan tiap tiap kategori.

3

Atribut yang termasuk dalam kategori prioritas utama

Kode Atribut	Pernyataan
P1	Rasa yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair terasa gurih
P3	Rasa yang dihasilkan kerupuk menyerupai rasa ikan mujair
P4	Rasa kerupuk olahan ikan mujair lebih unggul dari rasa-rasa kerupuk pada umumnya

3

Atribut yang termasuk dalam kategori pertahankan prestasi

Kode Atribut	Pernyataan
P2	Kepekaan rasa kerupuk olahan ikan mujair
P5	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang renyah
P6	Tekstur atau bentuk yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair sangat sesuai harapan konsumen

P7	Tingkat kematangan pada kerupuk olahan ikan mujair setelah di goreng tidak bantat
P13	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai daya kembang yang sempurna setelah di goreng
P14	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai sifat daya kembang yang baik walaupun tanpa dijemur terlebih dahulu
P15	Daya kembang pada kerupuk mujair sangat sesuai dan baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat
P16	Daya kembang kerupuk olahan ikan mujair banyak di sukai konsumen
P17	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik
P19	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang praktis dan mudah dibuka
P20	Desain dari kemasan kerupuk olahan ikan mujair mudah di kenal

Atribut yang termasuk dalam kategori prioritas rendah

Kode Atribut	Pernyataan
P8	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang halus
P9	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki ciri warna yang khas
P10	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki warna yang menarik
P11	Kerupuk olahan ikan mujair berwarna cream kecoklatan sebelum di goreng
P12	Warna kerupuk olahan ikan mujair warnanya sangat menarik sesudah di goreng
P18	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang sangat rapi

Atribut yang termasuk dalam kategori berlebihan

Kode Atribut	Pernyataan
-	-

Atribut pelayanan diuraikan untuk mengidentifikasi atribut-atribut kepuasan konsumen yang dapat dikategorikan ke dalam empat kategori, yaitu: atribut yang perlu ditingkatkan pelayanannya (*concentrate here*), atribut yang perlu dipertahankan (*keep the good work*), atribut dengan prioritas rendah (*low priority*), dan atribut pelayanan yang mungkin berlebihan (*possible overskill*). Hasil pengelompokan atribut ke dalam masing-masing kuadran dapat dilihat dalam Gambar 2. Kuadran A (prioritas utama/*concentrate here*), Kuadran B (dipertahankan/*keep the good work*), Kuadran C (prioritas rendah/*low priority*), Kuadran D (pelayanan yang berlebihan/*possible overskill*). Data dari kuesioner Kano yang telah diolah berdasarkan kategori *attractive, must be, one dimensional, indifferent, questionable*, dan *reserve* disusun sesuai dengan tabel 2. Rekapitulasi ini digunakan untuk menentukan kategori Kano untuk setiap atribut pelayanan sesuai dengan formula Blauth sehingga hasilnya dapat dilihat dalam Gambar 2.

Tabel 3. Kategori Atribut Kepuasan Konsumen Berdasarkan Model Kano

No	AtributKepuasan konsumen	Grade
1	Rasa yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair terasa gurih	A
2	Kepekaan rasa kerupuk olahan ikan mujair	M
3	Rasa yang dihasilkan kerupuk menyerupai rasa ikan mujair	A
4	Rasa kerupuk olahan ikan mujair lebih unggul dari rasa-rasa kerupuk pada umumnya	I
5	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang renyah	A
6	Tekstur atau bentuk yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair sangat sesuai harapan konsumen	M
7	Tingkat kematangan kerupuk ikan mujair setelah di goreng tidak bantat	O
8	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang halus	I
9	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki ciri warna yang khas	M

10	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki warna yang menarik	I
11	Kerupuk olahan ikan mujair berwarna cream kecoklatan sebelum di goreng	M
12	Warna kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik sesudah di goreng	I
13	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai daya kembang yang sempurna setelah di goreng	I
14	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai sifat daya kembang yang baik walaupun tanpa dijemur terlebih dahulu	M
15	Daya kembang pada kerupuk mujair sangat sesuai dan baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat	M
16	Daya kembang kerupuk olahan ikan mujair banyak di sukai konsumen	M
17	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik	O
18	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang sangat rapi	A
19	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang praktis dan mudah dibuka	O
20	Desain dari kemasan kerupuk olahan ikan mujair mudah di kenal	I

Setelah menerima hasil klasifikasi dari kedua metode, yaitu analisis importance performance dan model Kano, langkah berikutnya mengintegrasikan kedua metode tersebut. Setelah mendapatkan kategori dengan menggabungkan analisis importance performance dan model Kano, selanjutnya akan melakukan pengelompokan berdasarkan atribut mana yang hanya perlu dipertahankan, yang berarti kepuasan pelanggan sudah cukup, dan atribut mana yang perlu ditingkatkan, yang berarti atribut tersebut memerlukan perhatian untuk meningkatkan kinerjanya. Pengelompokan atribut berdasarkan integrasi analisis importance performance dan model Kano dapat dilihat dalam tabel 4.

Tabel 4. Importance Performance Analysis dan model Kano

Kode atribut	Pernyataan	Kategori IPA	Kategori Kano	Perbaikan
P1	Rasa yang dihasilkan kerupuk mujair terasa gurih	Prioritas utama	O	Ditingkatkan
P3	Rasa yang dihasilkan kerupuk menyerupai rasa ikan mujair	Prioritas utama	O	Ditingkatkan
P4	Rasa kerupuk mujair lebih unggul dari rasa – rasa kerupuk pada umumnya	Prioritas utama	O	Ditingkatkan
P2	Kepekaan rasa kerupuk olahan ikan mujair	Pertahankan prestasi	O	Pertahankan
P5	Kerupuk ikan mujair mempunyai tekstur yang renyah	Pertahankan prestasi	A	Pertahankan
P6	Tekstur atau bentuk yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair sangat sesuai harapan konsumen	Pertahankan prestasi	I	Pertahankan
P7	Tingkat kematangan kerupuk ikan mujair setelah digoreng tidak bantat	Pertahankan prestasi	A	Pertahankan
P13	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai daya kembang yang sempurna setelah digoreng	Pertahankan prestasi	I	Pertahankan
P14	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai sifat daya kembang yang baik walaupun tanpa di jemur terlebih dahulu	Pertahankan prestasi	I	Pertahankan
P15	Daya kembang pada kerupuk ikan mujair sangat sesuai da baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat	Pertahankan prestasi	I	Pertahankan
P16	Daya kembang pada kerupuk ikan mujair sangat sesuai da baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat	Pertahankan prestasi	I	Pertahankan
P17	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik	Pertahankan prestasi	M	Pertahankan

P19	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang praktis dan mudah dibuka	Pertahankan prestasi	M	Pertahankan
P20	Desain dari kemasan kerupuk olahan ikan mujair mudah dikenal	Pertahankan prestasi	M	Pertahankan
P8	Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang halus	Prioritas rendah	M	Dikurangi
P9	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki ciri warna yang khas	Prioritas rendah	I	Dikurangi
P10	Kerupuk olahan ikan mujair memiliki warna yang menarik	Prioritas rendah	O	Dikurangi
P11	Kerupuk olahan ikan mujair berwarna cream kecoklatan sebelum digoreng	Prioritas rendah	I	Dikurangi
P12	Warna kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik sesudah di goreng	Prioritas rendah	M	Dikurangi
P18	Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang sangat rapi	Prioritas rendah	O	Dikurangi

Pengumpulan sampel data dilakukan dua kali dalam penelitian ini, dan dilakukan secara acak setiap hari hingga mencapai jumlah responden sebanyak 100 orang. Pengumpulan data pertama dilakukan melalui penyebaran kuesioner Importance Performance Analysis (IPA). Kuesioner ini berisi pertanyaan tentang kenyataan dan harapan konsumen, serta mencakup parameter seperti rasa, warna, tekstur, daya kembang, dan kemasan. Tujuannya adalah untuk mengukur harapan konsumen dan juga untuk mengevaluasi persepsi konsumen terkait kepuasan mereka.

Selanjutnya, pengumpulan data kedua dilakukan melalui penyebaran kuesioner Kano. Kuesioner ini berisi pertanyaan yang terkait dengan aspek fungsional dan disfungsional dari atribut yang sedang diteliti. Kemudian setelah data kuisisioner pertama tersebut di sebarakan akan di olah ke dalam metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk dapat mengetahui dari beberapa atribut yang mana yang harus ditingkatkan, dipertahankan, dan dikurangi. Selanjutnya data kuisisioner kedua akan di olah ke dalam metode Kano untuk dapat mengetahui hasil dari beberapa atribut yang dikategorikan berdasarkan beberapa atribut antara lain : must-be, one-dimensional, attractive dan indifferent. Sehingga hasil dari kedua metode tersebut dapat di integrasikan dan mendapatkan hasil kategori atribut mana dari produk kerupuk olahan ikan mujair yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil pemetaan kategori Importance Performance Analysis (IPA) yang menjadi prioritas utama yaitu, Rasa yang dihasilkan kerupuk mujair terasa gurih, Rasa yang dihasilkan kerupuk menyerupai rasa ikan mujair, dan Rasa kerupuk mujair lebih unggul dari rasa – rasa kerupuk pada umumnya, atribut dalam kategori ini menjadi atribut yang harus ditingkatkan. Sedangkan yang menjadi pertahankan prestasi yaitu Kepekaan rasa kerupuk olahan ikan mujair, Kerupuk ikan mujair mempunyai tekstur yang renyah, Tekstur atau bentuk yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair sangat sesuai harapan konsumen, Tingkat kematangan kerupuk ikan mujair setelah digoreng tidak bantat, Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai daya kembang yang sempurna setelah digoreng, Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai sifat daya kembang yang baik walaupun tanpa di jemur terlebih dahulu, Daya kembang pada kerupuk iklan mujair sangat sesuai da baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat, Daya kembang pada kerupuk iklan mujair sangat sesuai da baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat, Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik, Kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang praktis dan mudah dibuka, dan Desain dari kemasan kerupuk olahan ikan mujair mudah dikenal, atribut dalam kategori ini menjadi atribut untuk di pertahankan, dan yang menjadi prioritas rendah yaitu Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang halus, Kerupuk olahan ikan mujair memiliki ciri warna yang khas, Kerupuk olahan ikan mujair memiliki warna yang menarik, Kerupuk olahan ikan mujair berwarna cream kecoklatan sebelum digoreng, Warna kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik sesudah di goreng, dan Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang sangat rapi, atribut dalam kategori ini menjadi atribut yang harus di kurangi. Fenomena parameter yang digunakan pada saat penyebaran kuisisioner sebenarnya para konsumen tidak mempunyai parameter khusus, namun setelah menjawab kuisisioner konsumen jadi lebih mengetahui dari segi rasa, warna, tekstur, daya kembang, dan kemasan itu sebenarnya yang mereka butuhkan, akhirnya mereka menemukan parameter yang paling cenderung harus ditingkatkan yaitu 3 atribut tersebut Rasa yang dihasilkan kerupuk mujair terasa gurih, Rasa yang dihasilkan kerupuk menyerupai rasa ikan mujair, dan Rasa kerupuk mujair lebih unggul dari rasa – rasa kerupuk pada umumnya.

Berdasarkan hasil pemetaan kategori kano “Must-be” adalah Kemasan pada kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik, Kerupuk olahan ikan mujair memiliki kemasan yang praktis dan mudah dibuka, Desain dari kemasan kerupuk olahan ikan mujair mudah dikenal, Kerupuk olahan ikan mujair mempunyai tekstur yang halus, Warna kerupuk olahan ikan mujair sangat menarik sesudah di goreng. Atribut kategori ini harus hadir untuk menghadirkan

kepuasan bagi konsumen. Jika atribut tersebut masih dirasa kurang oleh konsumen, maka produsen harus memperbaikinya. Keempat kategori kano "indifferet" adalah Tekstur atau bentuk yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair sangat sesuai harapan konsumen, kerupuk olahan ikan mujair mempunyai daya kembang yang sempurna setelah digoreng, kerupuk olahan ikan mujair mempunyai sifat daya kembang yang baik walaupun tanpa di jemur terlebih dahulu, daya kembang pada kerupuk ikan mujair sangat sesuai dan baik, semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat, daya kembang pada kerupuk ikan mujair sangat sesuai dan baik semua itu tidak lepas dari komposisi bahan baku yang dibuat, kerupuk olahan ikan mujair memiliki ciri warna yang khas, kerupuk olahan ikan mujair berwarna cream kecoklatan sebelum digoreng. Atribut pada kategori ini tidak akan meningkatkan atau menurunkan kepuasan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, atribut-atribut tersebut dapat dihilangkan.

Mengutip dari penelitian terdahulu oleh Sugijanto dan I Ketut Surabagiarta (2016) kepuasan terjadi ketika pelanggan merasakan apa yang di terima telah sesuai dengan harapan apa yang mereka inginkan. Kepuasan konsumen atau pelanggan memberikan efek atau pengaruh terhadap keberlangsungan hidup pada suatu perusahaan. Pada penelitian ini juga fokus terhadap kepuasan konsumen namun bukan jasa atau kualitas pelayanan tetapi fokus pada kepuasan konsumen terhadap produk dimana kepuasan konsumen terhadap produk tidak kalah penting dengan kepuasan konsumen terhadap pelayanan, karna pada produk pun konsumen juga bisa menjadi pelanggan tetap yang berkali kali membeli dengan rasa puas terhadap produk kerupuk olahan ikan mujair.

Dalam penelitian ini yakni metode yang digunakan tersebut berbeda dengan posisi penelitian yang lainnya, serta arah yang dijadikan sebagai tujuan penelitian juga berbeda. Pada metode IPA-KANO umumnya digunakan untuk analisa kepuasan pelayanan, namun pada penelitian ini digunakan untuk analisa kepuasan pelanggan pada produk kerupuk ikan mujair, maka dari itu hasil yang di dapatkan dari penelitian ini yakni untuk mendapatkan hasil untuk menentukan ukuran tingkat kepuasan konsumen pada produk kerupuk ikan mujair.

IV. SIMPULAN

Setelah mengkategorikan atribut sesuai dengan hasil integrasi *Importance Performance Analysis* (IPA) dan model Kano, maka dari 20 atribut tersebut 2 an terlihat atribut mana yang sebaiknya dipertahankan karena sudah memberikan kepuasan pelanggan yang baik, dan atribut 4 na yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk kerupuk olahan ikan mujair. Hasil dari integrasi *Importance Performance Analysis* (IPA) dan model Kano mengindikasikan bahwa terdapat 3 atribut yang memerlukan peningkatan, 11 atribut yang sebaiknya dipertahankan, dan sisanya, yaitu 6 atribut, memerlukan perhatian khusus untuk ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam penelitian diatas di dapatkan hasil 3 atribut yang perlu ditingkatkan yakni mengenai rasa yang dihasilkan pada kerupuk olahan ikan mujair. Adapun rasa dari 3 atribut tentang rasa yang dihasilkan kerupuk olahan ikan mujair merupakan faktor yang sangat perlu ditingkatkan dari hasil kuisioner konsumen tersebut, dan hasil dari 3 atribut yang perlu ditingkatkan yakni penting bagi produsen untuk selalu mengedepankan kualitas dari produk olahan kerupuk ikan mujair, sehingga dari hasil penelitian ini produsen akan sangat terbantu dengan hasil penilaian dari konsumen, sehingga produsen dapat mengevaluasi produk kerupuk olahan ikan mujair tersebut untuk siap di jalankan ke konsumen.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa analisis terhadap kepuasan konsumen terhadap kerupuk olahan ikan mujair memiliki dampak yang signifikan. Oleh karena itu, disarankan agar produsen lebih memprioritaskan dan memperbaiki 3 atribut tertentu, yaitu citarasa yang menghasilkan rasa gurih pada kerupuk mujair, rasa yang sudah sesuai dengan ekspektasi konsumen, dan citarasa kerupuk olahan ikan mujair yang unggul dibandingkan dengan kerupuk lainnya. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk olahan kerupuk ikan mujair sehingga mencapai kepuasan konsumen yang lebih baik.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah bahwa faktor-faktor yang memengaruhi kualitas produk kerupuk olahan ikan mujair hanya terfokus pada 5 variabel, yaitu rasa, warna, tekstur, daya kembang, dan kemasan. Masih ada kemungkinan bahwa faktor-faktor lain dapat turut memengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, saran-saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan C.V. Sariram, disarankan untuk secara berkala mengevaluasi hasil penilaian konsumen dengan tujuan meningkatkan kualitas produk kerupuk ikan mujair, khususnya dalam hal rasa yang menghasilkan citarasa gurih, sesuai ekspektasi, dan unggul dibandingkan dengan produk serupa. Evaluasi ini sebaiknya dilakukan secara rutin dan bukan hanya saat dibutuhkan saja, sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut.
2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel atau atribut lain yang berhubungan dengan kepuasan konsumen terhadap produk olahan kerupuk ikan mujair. Kuisioner juga dapat diperluas dan diperbaiki untuk menggali lebih dalam aspek-aspek kepuasan konsumen. Selain itu, jumlah populasi dan responden dapat ditingkatkan untuk meningkatkan validitas hasil penelitian.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Allah SWT karena telah memberikan kelancaran dalam pengerjaan artikel ini serta kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang senantiasa membimbing serta mengarahkan saya hingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini dan membantu dalam penelitian ini. Terimakasih kepada orangtua, keluarga, teman-teman serta pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan artikel ini yang tentu tidak dapat saya sebutkan semuanya.

REFERENSI

- Aditya, M. R. (2023, July). Perancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA dan Kano Sebagai Evaluasi Kualitas Pelayanan Kedai Kopi. In Bandung Conference Series: Industrial Engineering Science (Vol. 3, No. 2).
- Aulia, N. (2022). Penerapan Metode Servqual, Model Kano, Dan Metode Importance-Performance Analysis Dalam Analisis Pelanggan Bisnis Alat Berat Dan Genset (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).
- Baehaqi, A. F. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Untuk Peningkatan Kepuasan Konsumen Roti Di Sholawat Bakery (studi di cv satria sejahtera, bantul, yogyakarta) (doctoral dissertation, universitas gajah mada).
- Berliana Aldriansyah, T. (2023). Analisis Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Integrasi Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Model Kano Di Es Teh Indonesia (Studi Kasus: Es Teh Indonesia Kotabumi, Cilegon) (Doctoral Dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayas).
- Budhiana, J., & Wahida, A. Z. (2019). Penggunaan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Pasien. *SANTIKA is a scientific journal of science and technology*, 9(2), 979-995
- Damanik, C. N. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Minyak Goreng dengan Metode Kano (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Damar, H. (2019). Analisis Atribut Layanan Kursus Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Kano Studi Pada Lembaga Bahasa LIA Imam Bonjol Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Fahrudi, R. I., & Yuamita, F. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Cat Sepatu Pada Umkm Ksj Official Menggunakan Metode Kano Studi Kasus Pada UMKM Ksj Official (Doctoral dissertation, University of Technology Yogyakarta).
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Utami, A. S. (2020). Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pasien rawat jalan di Krakatau Medika Hospital. *Journal of Integrated System*, 3(1), 26-39.
- Hajar, I. (2019). Analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode importance performance analysis (ipa) dan customer satisfaction index (csi)(studi kasus ka tawang jaya semarang poncol-jakarta pasar senen. Stasiun semarang poncol) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Heryangga, A., Darsini, D., & Komariah, A. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Metode Servqual, Kano dan QFD (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo). *Jurnal Aplikasi Ilmu Teknik Industri (JAPTI)*, 1(2), 21-35.
- Istianti, D. J. (2023). Pengukuran Service Quality Menggunakan Metode Kano Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisis Kualitas Pelayanan Fast Food Restaurant X (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember).

- Kosasih, W., Sriwana, I. K., & Adhesi, R. (2020). Integrasi E-Servqual, model Kano, dan HOQ dalam meningkatkan kepuasan pelanggan jasa ojek online. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 9(3), 163-170.
- Liem, A. T., Chrisanti, I. R., Sandag, A., & Purwadaria, D. D. P. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual. *CogITo Smart Journal*, 6(2), 229-238.
- Maulana, H. I. (2019). Upaya Meningkatkan Kualitas Produk PD. X Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Kano. *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 1(2), 31-34.
- Nasta'in, M., & Setiafindari, W. (2020). Analisis Kualitas Produk Kerajinan Limbah Kayu Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Customer Satisfaction Index Dan Kano Model Studi Kasus UMKM Sukses Creative Desa Donorejo.
- Nugraha, M. C. (2022). Investigasi Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual dan Kano. *Jurnal Teknologi*, 12(1), 28-33.
- Nugroho, A. J. (2023). Analisis kepuasan pelanggan terhadap produk catering sugih menggunakan metode kano. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin, Elektro dan Komputer*, 3(2), 325-332.
- Nugroho, A. W., & Setiawan, D. (2019). Analisis Kinerja Terminal Tidar Magelang Dengan Menggunakan Metode Kano Performance Analysis Of Terminal Tidar Magelang Using Kano Method (Doctoral dissertation, University Technology Yogyakarta).
- Nugroho, A., & Suparto, S. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan Metode Service Quality dan Model Kano. *Jurnal Senopati: Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering*, 3(1), 1-10.
- Permata, S. A. (2019). Integrasi Metode Importance Performance Analysis dan Model Kano Dalam Mengembangkan Kualitas Pelayanan Perusahaan (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Pratama, R. S. A., Faroqi, A., & Wulansari, A. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna E-Learning Di Perguruan Tinggi Menggunakan Model Kano. *Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 11(2), 503-512.
- Putra, O. D. B. P. (2022). Integrasi Structural Equation Modeling, Metode Servqual, Model Kano, dan Quality Function Deployment dalam Upaya Peningkatan Kualitas Layanan di Satpas Polres Gresik.
- Putry, M. (2022). Aplikasi Metode Kano Berdasarkan Dimensi Service Quality Untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan Pada Hotel X. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 8(2), 355-361.
- Rahmanadi, T., & Ferida, Y. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Biji Kopi Arabica Posong Temanggung Menggunakan Metode Kano Studi Kasus: UMKM Kopi Two Heart (Doctoral dissertation, University of Technology Yogyakarta).
- Reinhart, M., & Wilujeng, F. R. (2022). Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Holland Bakery Tegal Rotan Dengan Metode IPA, Kano, dan QFD. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 15(1).
- Rembulan, G. D., Septorino, G., & Nurprihatin, F. (2022). Integrasi Metode Ipa Dan Kano Model Dalam Menganalisis Kualitas Layanan Toko Roti Di Unit Sunter. *Journal of Industrial Engineering and Operation Management (JIEOM)*, 5(1).
- Rembulan, G. D., Septorino, G., & Nurprihatin, F. (2022). Integration Of Ipa Method And Kano Model In Analyzing Service Quality Bakery In Sunter Unit.

- Renando, L. N. L., Utomo, A. P., & Sianturi, R. D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance-Performance Analysis dan Metode Kano Pada PT XYZ. *TeknoIS: Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Sains*, 13(2), 169-184.
- Revianto, A. D., & Muslimah, I. E. (2019). Evaluasi Kepuasan Konsumen Dengan Metode IPA-Kano dan Alternatif Perbaikannya Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD) Pada Kain Batik (Studi Kasus: Showroom Sentra Batik Laweyan) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Rohman, S. (2022). Peningkatan Kepuasan Nelayan Terhadap Fasilitas Dan Pelayanan Dengan Menggunakan Metode IPA Dan Model Kano Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (Ppn) Brondong, Lamongan (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Rosalin, H., Abidin, Z., & Adhimursandi, D. (2020). Integrasi Importance-Performance Analysis (Ipa) Dan Kano Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Pada PDAM Kab. Penajam Paser Utara. *Jurnal Ilmu Manajemen Mulawarman (JIMM)*, 5(3).
- Ryco Pradhana Candra, Masjraul Hidayat, Suharto Abdul Majid, Prasadja Ricardianto (2020), Penggunaan Metode Importance Performance Analysis dan Model Kano Pada Penumpang Kereta Rel Listrik di S(SOEDARMADI, 2020)tasiun Bekasi ,Vol. 1 No. 2.
- Sari, D. N., & Fahmi, M. A. (2023). Analisis Atribut Layanan Kursus Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kano dan Value Stream Mapping (Studi Kasus Alifia Institut, Kampung Inggris Pare). *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 6(1), 1-18.
- Sarinah, S. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Industri Catering Menggunakan Metode Servqual Dan Kano (Studi Kasus PT. Darma Henwa Satui) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sidik, J., Muhandi, M., & Adwiyah, R. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Jaringan Internet dengan Menggunakan Metode Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT Eka Mas Republik Bandung. *Prosiding Manajemen*, 7(1), 249-253.
- Sinawati, S., Saputra, I. T., & Hafid, M. (2023). Analisa Kualitas Layanan Pada Program Studi Sistem Informasi Menggunakan Metode Servqual Dan Kano. *Sebatik*, 27(1), 1-8.
- Surbakti, F. P. S. (2021, October). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Dengan Metode IPA & PGCV Index (Studi kasus: pt karcher indonesia). In *Prosiding Seminar Nasional Riset dan Teknologi Terapan (Ritektra)* (pp. A6-A6).
- Syafrianita, S. F. (2019). Peningkatan Kualitas Pelayanan XY Express Wanajaya Melalui Integrasi Servqual dan Kano Model. *ReTII*, 442-448.
- Trisna, T., Irwansyah, D., Saptari, M. A., & Maisyaroh, M. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Swalayan Dengan Metode Importance Performance Analysis Dan Model Kano. *Industrial Engineering Journal*, 8(1).
- Utami, a. S. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pasien Rawat Jalan di Krakatau Medika Hospital.
- Wahju, M. B., & Cassidy, C. (2020). Analisis Kepuasan Pelayanan dan Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan untuk Memilih Smartphone Samsung di Jabodetabek Menggunakan Metode IPA dan Model Kano. *Jurnal Metris*, 21(2).
- Wardhani, V. I. (2019). TA: Kajian Kualitas Layanan Penumpang Kereta Api Argo Parahyangan Menggunakan Integrasi Metode IPA dan Metode Kano (Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Nasional Bandung).

Wilujeng, F. R., & Rembulan, G. D. (2019). Perancangan Model Kualitas Pelayanan Puskesmas dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Intech*, 5(2), 43-50.

Yulianti, D., & Darmawan, W. (2021). Evaluasi Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Servqual dan Kano (Studi Kasus di PT. Daya). *Sainteks: Jurnal Sains dan Teknik*, 3(1), 27-42.

ARTIKEL PROPOSAL_IMROATUL MUTHIAH_182010200228.docx

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Student Paper	7%
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	4%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	dspace.uui.ac.id Internet Source	1%
5	journal.ubm.ac.id Internet Source	1%
6	staging.harmony.co.id Internet Source	1%
7	123dok.com Internet Source	1%
8	text-id.123dok.com Internet Source	1%

digilib.uinkhas.ac.id

9

Internet Source

1 %

10

id.scribd.com

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On