

**ANALISIS KEPUASAN MAHASISWA UNIVERSITAS PADJADJARAN
DALAM MENGKONSUMSI PRODUK RICHEESE FACTORY**

***ANALYSIS OF STUDENT SATISFACTION OF PADJADJARAN UNIVERSITY
IN CONSUMING RICHEESE FACTORY PRODUCTS***

Eka Purna Yudha*, Rezky Algipari

Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

*Email: eka.purna.yudha@unpad.ac.id

(Diterima 17-07-2022; Disetujui 03-11-2022)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan dan tingkat kepentingan dari konsumen pelanggan Richeese Factory. Sampel dalam penelitian ini terdiri atas 40 orang yang merupakan mahasiswa Agribisnis Universitas Padjadjaran. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan menggunakan fitur google form yang diukur dengan skala Likert. Data sekunder diperoleh dari internet yang berkaitan dengan penelitian. Metode yang digunakan pada penelitian ini bersifat deskriptif. Teknik analisis data menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* melalui *Software Microsoft Excel*. Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepuasan Mahasiswa Agribisnis UNPAD yang membeli produk Richeese Factory sebesar 84,55% yang termasuk kedalam kategori “sangat puas”.

Kata Kunci : Richeese Factory, Atribut, kepuasan.

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the attributes that affect the satisfaction and level of importance of Richeese Factory's customers. The sample in this study consisted of 40 people who were Agribusiness Students at Padjadjaran University. Primary data collection was done using a questionnaire using the google form feature as measured by a Likert scale. Secondary data obtained from the internet related to research. The method used in this research is descriptive. The data analysis technique uses the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) through Microsoft Excel Software. The results showed that the level of satisfaction of UNPAD Agribusiness Students who bought Richeese Factory products was 84.55% which was included in the "very satisfied" category.

Keywords: *Richeese Factory, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis*

PENDAHULUAN

Di Indonesia saat ini banyak terdapat berbagai jenis industri yang semakin modern industri kuliner saja. Industri kuliner akhir-akhir ini berkembang sangat pesat karena industri kuliner dinilai cukup menjanjikan karena

menawarkan produk yang merupakan dasar dari setiap manusia, yaitu makanan dan minuman (Yola, 2013; Sutarni, 2017; Palupy, 2019). Perkembangan industri dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi, dan gaya hidup. Hal ini terlihat dari konsep restoran

cepat saji, warung pinggir jalan, *food court*, hingga bistro dan kafe (Ahror, 2017; Astuti, 2019; Danawira, 2019). Konsumen sekarang yang mempunyai mobilitas yang tinggi cenderung memilih restoran cepat saji sebagai tempat untuk membeli makanan karena bisa mengimbangi kesibukan mereka.

Restoran cepat saji adalah restoran yang menyajikan makanan dan minuman dalam waktu yang relatif singkat dari pemesanan hingga penyajian kepada pelanggan. Umumnya, sajiannya berupa burger atau ayam goreng.

Perkembangan restoran cepat saji saat ini berjalan dengan pesat. Ini karena peluang ekonomi yang terkait dengan perubahan gaya hidup dalam masyarakat (Alamsyah, 2014; Apriyani, 2017; Gentzora, 2021; Yudha, 2018; Yudha, 2020). Hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya mobilitas masyarakat aktivitas kerja yang tinggi dan sibuk dan menyebabkan mereka selalu mencari sesuatu yang praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan harian (Harimurti, 2016; Hermansyah, 2021; Permatasari, 2020).

Salah satunya dengan mencari makan dan minum di luar rumah, baik itu pelajar, pekerja, mahasiswa, dan masyarakat umum yang lebih memilih

makan di luar daripada memasak sendiri untuk memenuhi kebutuhan mereka (Trisna, 2017; Mani, 2021, Yudha, 2023). Karena dengan memilih untuk membeli makanan di luar rumah mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang diinginkan. Sehingga konon kebiasaan makan di restoran cepat saji sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat saat ini.

Akibatnya, dewasa ini banyak sekali ditemui restoran cepat saji yang berada di setiap kota mulai dari KFC, McD, *Burger King*, dan lain-lain. Restoran-restoran yang bermunculan tersebut tentunya memiliki perbedaan antara satu dan lainnya. Mulai dari perbedaan kualitas, pelayanan, rasa, kandungan gizi, kemudahan dalam mencari produk hingga harga yang menjadi pembeda dalam tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk dari restoran cepat saji tersebut (Ranitaswari, 2018; Satria, 2020; Setiawan, 2021).

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam makanan cepat saji dan mempunyai banyak gerai di seluruh Indonesia adalah *Richeese Factory*. Perusahaan *Richeese Factory* ini sudah banyak dikenal karena produk yang dijualnya memiliki rasa yang khas

ditambah gerai-gerainya mudah ditemui di mall-mall seluruh Indonesia.

Sudah sangat umum jika konsumen terutama mahasiswa lebih memilih makanan cepat saji dibanding memaask sendiri karena kesibukan yang mereka jalani dan karena lebih praktis. Tetapi tentunya sebelum membeli suatu produk tentunya konsumen akan mempertimbangkan banyak hal khususnya masalah harga (Widodo, 2018; Yoestini, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2021 terhadap perusahaan *Richeese Factory*. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar pertanyaan melalui fitur google form yang ditujukan kepada 40 responden. Responden yang dipilih berasal dari mahasiswa Agribisnis Universitas Padjadjaran. Kuesioner terbagi menjadi 3 slide, yang pertama yaitu berisi identitas diri responden, slide kedua berisi 19 pertanyaan mengenai kepuasan responden dalam pengalamannya membeli produk *Richeese Factory*, dan slide ketiga berisi tentang kepentingan atribut-atribut bagi responden terhadap produk *Richeese Factory*.

Data yang didapatkan dalam penelitian ini adalah data primer dan

sekunder. Data primer didapatkan dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada 40 responden. Data sekunder diperoleh dari internet yang berisi materi yang berkaitan dengan proses penelitian.

Sementara pengolahan data diperoleh melalui Microsoft Excel, Sedangkan, analisis data yang diperoleh dengan analisis deskriptif, atribut-atribut dasar dalam pengukuran kepuasan, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

1. Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen (*Customer Satisfaction Index*) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan responden. Hal tersebut tergantung pada kebutuhan informasi yang diinginkan yang akan diberikan oleh perusahaan kepada konsumen melalui atribut-atribut pertanyaan yang sebelumnya sudah diisi oleh responden. Cara menghitung Indeks Kepuasan Konsumen (Aritonang, 2005), adalah,

1. Mengetahui *Mean Importance Score* (MIS), didapatkan dengan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

2. Menghitung *Weighted Factor* (WF), didapatkan dengan rumus:

$$WF = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{\sum_{i=1}^n x_i} \times 100\%$$

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MMS), didapatkan dengan rumus:

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

4. Menghitung *Weighted Score* (WS), didapatkan dengan rumus:

$$WS_i = WFi \times MSS_i$$

5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI), didapatkan dengan rumus:

$$CIS = \frac{\sum_{i=1}^n WSI}{HS} \times 100$$

Tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dapat dilihat dari standar kepuasankonsumen. Kepuasan tertinggi diperoleh saat CSI menunjukkan 100%.

Tabel 1. Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No.	Nilai Indeks (100%)	Kriteria
1.	81%-100%	Sangat Puas
2.	61%-80%	Puas
3.	41%-60%	Cukup
4.	21%-40%	Tidak Puas
5.	0%-20%	Sangat Tidak Puas

2. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan serta tingkat kinerja suatu perusahaan menurut pandangan yang diberikan oleh konsumen yang telah mengisi pertanyaan yang disediakan oleh peneliti yang berfungsi untuk mengembangkan usaha yang diteliti.

Analisis IPA dilakukan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut yang berpengaruh yang kemudian akan dirata-ratakan dengan jumlah responden 40 orang. Penilaian dalam analisis IPA ini menggunakan skala poin 5 yaitu 5 “sangat penting, poin 4 “penting”, poin 3 “cukup penting”. Poin 2 “tidak penting”, dan poin 1 “sangat tidak penting”. Rumus skor pada penelitian ini, yaitu:

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n}$$

Keterangan:

X = Total skor penilaian tingkat kinerja dari seluruh responden

Y = Total skor penilaian tingkat kepentingan dari seluruh responden

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja per responden

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan per responden

n = Jumlah responden

Hasil perhitungan kemudian direpresentasikan dengan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian oleh dua garis berpotongan tegak lurus dengan titik X = X dan Y = Y. Cara menghitung nilai X dan Y, digunakan rumus berikut untuk menyelesaikannya:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

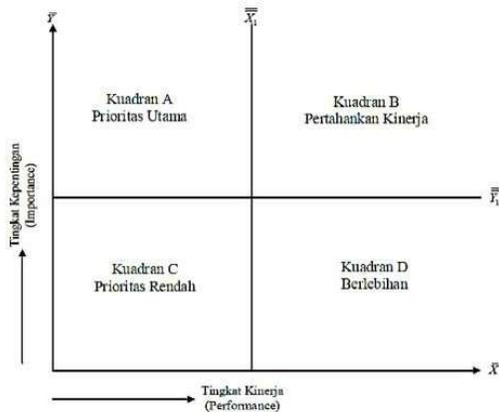
Keterangan:

\bar{K} = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kinerja ke-i

\bar{K} = Bobot rata-rata tingkat penilaian atribut kepentingan ke-i

n = Jumlah responden

Setelah data kepentingan atribut-atribut tersebut diperoleh, tahap selanjutnya yaitu data tersebut dipetakan kedalam diagram kartesius yang berfungsi agar peneliti mengetahui secara detail sepenting apakah atribut-atribut yang telah diisi oleh responden.



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebaran Responden berdasarkan asal daerah

Keragaman responden berdasarkan asal daerah dapat ditunjukkan pada tabel 2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat 15 daerah dengan 40

responden. Pada penelitian ini, teknik pengambilan contoh *non probability sampling* dimana responden ditentukan berdasarkan kriteria *screening* yang ditentukan pada awal pengisian kuesioner dan tidak membatasi daerah responden.

Tabel 2. Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah	Persentase
Bandung	14	35%
Bogor	4	10%
Bekasi	4	10%
Tasikmalaya	3	7,5%
Sumedang	2	5%
Ciamis	2	5%
Kuningan	2	5%
Depok	2	5%
Medan	1	2,5%
Jakarta	1	2,5%
Garut	1	2,5%
Karawang	1	2,5%
Cianjur	1	2,5%
Tangerang	1	2,5%
Lampung	1	2,5%
Total	40	100%

Berdasarkan Tabel 1, responden yang berasal dari Bandung 14 responden (35%), Bogor 4 responden (10%), Bekasi 4 responden (10%), Tasikmalaya 3 responden (7,5%), Sumedang 2 responden (5%), Ciamis 2 responden (5%), Kuningan 2 responden (5%), Depok 2 responden (5%), Medan 1 responden (2,5%), Jakarta 1 responden (2,5%), Garut 1 responden (2,5%), Karawang 1 responden (2,5%), Cianjur 1 responden (2,5%), Tangerang 1 responden (2,5%), dan Lampung 1 responden (2,5%).

Analisis Indeks Kepuasan Konsumen

Customer Satisfaction Index

merupakan bentuk analisis yang dilakukan untuk melihat perhitungan indeks kepuasan konsumen *Richeese Factory* secara komprehensif yang hasilnya didapat dari rata-rata skor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari seluruh atribut.

Perhitungan analisis ini dengan melihat penilaian konsumen terhadap

produk *Richeese Factory* seperti kualitas produk, rasa, kandungan gizi, merek yang terpercaya, dikonsumsi oleh banyak orang, ketersediaan produk di banyak tempat, harga, karyawan, dekorasi ruangan, kebersihan tempat, dan kemudahan pencarian produk. Seluruh atribut tersebut diukur menggunakan skala likert seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Tabel *Customer Satisfaction Index*

No	Atribut	MIS (Rata-rata kepentingan)	MSS (rata-rata kinerja/kepuasaan)	WF	WS
1	I1	5,00	4,53	0,06	0,27
2	I2	4,35	4,25	0,05	0,22
3	I3	4,08	3,85	0,05	0,19
4	I4	4,33	4,40	0,05	0,23
5	I5	3,83	3,93	0,05	0,18
6	I6	4,65	4,35	0,05	0,24
7	I7	4,78	4,50	0,06	0,25
8	I8	4,60	4,15	0,05	0,23
9	I9	4,55	3,83	0,05	0,21
10	I10	4,05	4,23	0,05	0,20
11	I11	4,48	4,23	0,05	0,22
12	I12	4,70	4,43	0,06	0,25
13	I13	4,68	4,40	0,06	0,24
14	I14	4,25	4,40	0,05	0,22
15	I15	4,65	4,35	0,05	0,24
16	I16	4,60	4,50	0,05	0,24
17	I17	4,28	4,15	0,05	0,21
18	I18	3,90	3,65	0,05	0,17
19	I19	4,83	4,55	0,06	0,26
		84,55		1,00	4,26
CSI				85,15	

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 85,15%. Nilai tersebut didapat dengan membagi nilai *Weight Score* Total dengan skala tertinggi yang digunakan, dalam hal ini digunakan skala likert dengan rentang 1-5. Setelah dibagi lima lalu dikalikan

dengan seratus persen. Penjumlahan seluruh hasil *Weight Score* dari masing-masing atribut *Richeese Factory* menghasilkan nilai *Weight Score* Total.

Tabel 4. Kode Atribut

Kode	Atribut
I1	Kualitas Produk
I2	Rasa
I3	Kandungan Gizi
I4	Merk Yang Terpercaya
I5	Produk Yang Dikonsumsi Banyak Orang
I6	Cita Rasa Khas
I7	Higienitas Produk
I8	Harga Produk Yang Sesuai Dengan Kualitas
I9	Potongan Harga
I10	Penjualan Secara Online
I11	Lokasi Penjualan Mudah Dijangkau
I12	Karyawan Ramah Dan Sopan
I13	Karyawan Sigap
I14	Karyawan Berpakaian Rapi
I15	Pelayanan Yang Cepat
I16	Kemudahan Proses Pemesanan Dan Pembayaran
I17	Display Produk Yang Tertata
I18	Dekorasi Ruangan
I19	Kebersihan Tempat

Dalam hal ini, berdasarkan indeks kepuasan, nilai *Customer Satisfaction Index (CSI) Richeese Factory* berada pada rentang 81% - 100% yang berarti indeks kepuasan konsumen berada pada kategori “sangat puas”.

Importance Performance Analysis

Tabel 5. Tabel perhitungan *Importance Performance Analysis (IPA)*

No	Atribut	Rata-Rata Kinerja/ Kepuasan (Mss)	Rata-Rata Kepentingan (MIS)	Status Kuadran
1	I1	4,53	5,00	II
2	I2	4,25	4,35	IV
3	I3	3,85	4,08	III
4	I4	4,40	4,33	IV
5	I5	3,93	3,83	III
6	I6	4,35	4,65	II
7	I7	4,50	4,78	II
8	I8	4,15	4,60	I
9	I9	3,83	4,55	I
10	I10	4,23	4,05	III
11	I11	4,23	4,48	I
12	I12	4,43	4,70	II
13	I13	4,40	4,68	II
14	I14	4,40	4,25	IV
15	I15	4,35	4,65	II

Importance Performance Analysis

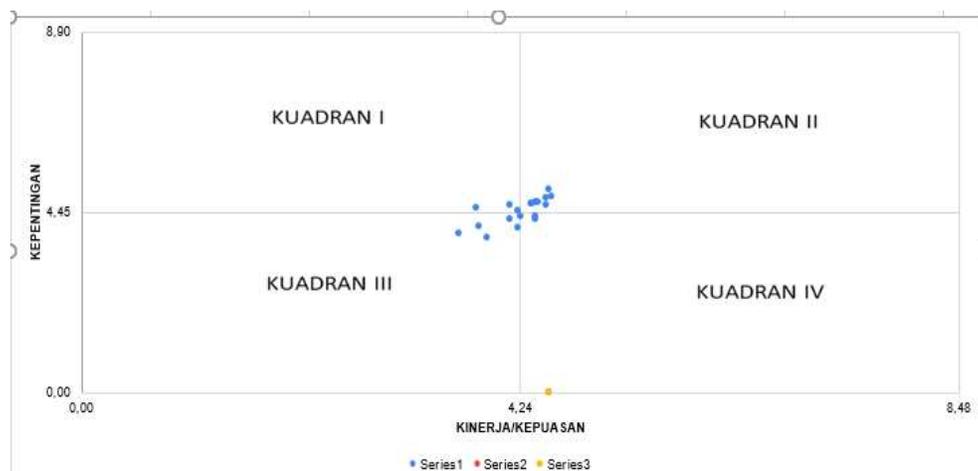
digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan dari setiap atribut minyak Bimoli. Perhitungan dalam analisis ini adalah dengan melihat penilaian dari konsumen terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari setiap atribut *Richeese Factory*.

Hasil *Importance Performance Analysis* didapatkan dengan membagi atribut-atribut yang diteliti ke dalam empat kuadran, yang disebut dengan kuadran kartesius. Tiap-tiap kuadran memiliki makna yang berbeda terhadap atribut minyak Bimoli. Penempatan atribut-atribut yang ada pada kuadran, ditentukan berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata tingkat kepentingan. Berikut merupakan hasil perhitungan *Importance Performance Analysis*.

16	I16	4,50	4,60	II
17	I17	4,15	4,28	III
18	I18	3,65	3,90	III
19	I19	4,55	4,83	II
Rata-rata		4,24	4,45	

Berdasarkan Tabel 3, di atas rata-rata tingkat kepentingan bernilai 4,45 lebih besar dari tingkat kepuasan yaitu sebesar 4,24. Menurut rata-rata, masing-masing atribut dibagi menjadi empat kuadran. Penempatan kuadran ini untuk memudahkan mengetahui atribut mana

yang memiliki kepentingan tinggi dan rendah bagi konsumen, dan untuk menampilkan atribut yang membuat konsumen puas atau tidak puas di perusahaan *Richeese Factory* (Tuhumury, 2019; Hasanah, 2021).



Gambar 2. Persebaran atribut di dalam diagram kartesius

Keterangan:

- Kuadran I = Atribut dianggap penting, namun tingkat kepuasan masih rendah
- Kuadran II = Atribut dianggap penting dengan tingkat kepuasan yang tinggi
- Kuadran III = Atribut tidak dianggap terlalu penting dengan tingkat kepuasan yang masih rendah
- Kuadran IV = Atribut tidak dianggap terlalu penting, tetapi tingkat kepuasan

tinggi.

Kuadran I

Atribut yang terletak pada kuadran 1 diantaranya yaitu harga produk yang sesuai dengan kualitas (I8), potongan harga (I9), dan tempat yang mudah dijangkau (I11) yang artinya responden menilai atribut-atribut tersebut penting dan memuaskan serta patut di pertahankan. Dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut di kuadran 1 ini dianggap

pentingtetapi kepuasan responden masih belum terpenuhi.

Kuadran II

Kuadran ini merupakan kuadran yang di dalamnya terdapat atribut paling banyak, ada 8 atribut di dalam kuadran II yang berarti 8 atribut ini sangat penting dan kepuasan responden juga terpenuhi. Atribut-atribut tersebut diantaranya kualitas produk (I1), cita rasa yang khas (I6), higienitas produk (I7), karyawan yang ramah dan sopan (I12), karyawan yang sigap (I13), pelayanan yang cepat (I15), kemudahan proses pemesanan dan pembayaran (I16), dan kebersihan tempat (I19). Responden menilai rata-rata kepentingan 4,45 dan kepuasan 4,24 yang mereka alami di *Richeese Factory* sudah terpenuhi.

Kuadran III

Kuadran III merupakan kuadran yang ditempati atribut terbanyak kedua. Atribut yang terdapat pada kuadran III diantaranya yaitu kandungan gizi (I3), produk yang dikonsumsi banyak orang (I5), penjualan secara online (I10), display produk (I17), dan dekorasi ruangan (I18). Atribut-atribut tersebut dianggap tidak terlalu penting oleh mahasiswa dan tingkat kepuasan yang dirasakan rendah. Dapat dilihat pada tabel 5 memang rata-rata kepuasan dan kepentingan responden

pada atribut tersebut terbilang kecil.

Seperti contohnya pada atribut kandungan gizi (I3) rata-rata kepentingannya bernilai 4,08 dan rata-rata kepuasannya 3,85. Nilai tersebut lebih kecil di bawah pemetaan rata-rata nilai total dari kepentingan dan kepuasan responden. Hal ini tentunya harus jadi perhatian bagi perusahaan agar atribut-atribut yang termasuk pada kuadran ini bisa dinilai lebih penting dan memuaskan bagi konsumen *Richeese Factory* di masa depan.

Kuadran IV

Pada atribut IV ini mahasiswa menganggap bahwa atribut tersebut tidak terlalu penting, namun tingkat kepuasan yang dirasakan tinggi. Terdapat 3 atribut yaitu rasa dari produk (I2), merk yang terpercaya (I4), dan karyawan yang berpakaian rapi (I14). Dapat dilihat pada tabel 5 memang atribut-atribut yang masuk pada kuadran IV ini memiliki nilai rata-rata yang tinggi pada kepuasannya namun nilai rata-rata kepentingannya berada di bawah rata-rata nilai total.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Karakteristik konsumen *Richeese Factory* merupakan Mahasiswa Agribisnis Universitas Padjadjaran yang

terbagi menjadi 15 daerah. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan responden masuk kedalam kriteria “Sangat puas” karena berada dikisaran 81% - 100% yaitu 84,55% .

Sebagian besar responden memilih kualitas produk, cita rasa yang khas, higienitas produk, karyawan yang ramah dan sopan, karyawan yang sigap, pelayanan yang cepat, kemudahan proses pemesanan dan pembayaran, dan kebersihan tempat sebagai atribut yang penting dengan kepuasan yang juga tinggi. Sementara atribut-atribut dengan tingkat kepuasan dan kepentingan terendah adalah kandungan gizi, produk yang dikonsumsi banyak orang, penjualan secara online, display produk, dan dekorasi ruangan.

Saran

Untuk saran dari hasil penelitian ini bagi perusahaan *Richeese Factory* sendiri untuk tetap mempertahankan atribut-atribut yang menjadikan konsumen puas dan tingkat kepentingannya tinggi. Selain itu perusahaan juga harus meningkatkan atribut-atribut yang menjadi kelemahan yang menyebabkan konsumen menganggap tidak penting dan tentunya perasaan tidak puas dalam pengalamannya

membeli produk *Richeese Factory*.

Evaluasi dan monitoring harus segera dilakukan pihak perusahaan jika ingin meningkatkan kualitas yang menjamin konsumennya puas, khususnya perbaikan kinerja terhadap atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran I dan III karena konsumen menganggap atribut-atribut tersebut tidak memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, E.P., Masyhuri, Mulyo J.H. (2019). Analisis Sikap Konsumen Pasar Swalayan Terhadap Sayuran Organik. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 3(1), pp.183-194
- Ahror, U. Al, & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Milkmo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3).
- Alamsyah (2014). Persepsi Konsumen Atas Risiko Sayuran Organik Serta Dampaknya Pada Perilaku Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 11(2), pp. 1-25.
- Apriyani DA, Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 51. No. 2, 1-7
- Danawira, A. 2019. Pengaruh Differensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji Richeese Factory Rempoa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 76-87.
- Gentzora BM, Noor TI, Yudha EP. Potensi Nilai Manfaat Ekonomi Dan Kediaan Petani Membayar Jasa

- Layanan Irigasi Cipangarangan. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Juli 2021. 7(2): 1417-1438
- Harimurti, A.C., Sadeli, A.H., Utami, H.N, Mukti, G.W. (2016). Strategi Peningkatan Kinerja Atribut Produk Sayuran Melalui Pemasaran Online Dalam Upaya Meraih Kepuasan Konsumen. *Jurnal Agrosains dan Teknologi*, 1(2), pp.47-63.
- Hasanah F, Setiawan I, Noor TI, Yudha EP. 2021. Pemetaan Sebaran Tingkat Alih Fungsi Lahan Sawah di Kabupaten Serang. *JURNAL AGRICA Vol.14 No.2*, 171-182
- Hasanah F, Setiawan I, Noor TI, Yudha EP. 2021. Analisis Potensi Sektor Unggulan Dan Perubahan Struktur Ekonomi Di Kabupaten Serang Provinsi Banten. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*. Januari 2021. 7(1): 947-960
- Hermansyah D, Roessali W, Prasetyo E. 2021. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Sawi Organik di Farmers Market Semarang. Vol. 19, No. 2, hal. 177–188
- Mani SA, Yudha EP. 2021. The Competitiveness of Indonesian Cashew Nuts in The Global Market. *Jejak Vol 14 (1) (2021)*: 93-101
- Permatasari, D., & Wahyuningsih, T. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Richeese Factory Cabang Sudirman Yogyakarta. *CAKRAWANGSA BISNIS*, Vol.1, 99–114.
- Palupy, M. R., & Utaman, N. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Fast Food Resto Richeese Factory Di Surabaya). *JURNAL EKSEKUTIF*, 16(2), 415-438.
- Ranitaswari, P.A., Mulyani, S., Sadyasmara, C.A.B. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Di Geo Coffee). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 6(2), pp. 147-157
- Satria FM, Nugraha A, Yudha EP, Ernah. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Industri Hilir Domestik Terhadap Biji Kakao. *Agricore Volume 5 Nomor 2*, 139-15
- Setiawan MA, Noor TI, Sulistyowati L, Yudha EP. 2021. Mapping of Food Security Based on Natural Disaster Mitigation in Serang Regency, Banten Province, Indonesia. *Psychology And Education (2021) ISSN: 0033-3077 Volume: 58(4): Pages: 911 – 924*
- Sutarni, Trisnanto, T.B., Unteawati, B. (2017). Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Organik di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Penelitian Pertanian Terapan*, 17(3), pp. 203-211
- Trisna, D. 2017. Analisis perilaku konsumen terhadap pembelian produk buah lokal di pasar modern kota Palopo. *Perbal: Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 5 (2), 23-30.
- Tuhumury MTF, Parera WB. 2019. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Produk Sayuran Segar Lokal Dan Impor Di Pasar Modern Kota Ambon. *AGRILAN : Jurnal Agribisnis Kepulauan*. Vol 7, No 3
- Widodo, S. M., dan J.Sutopo. 2018. Metode customer satisfaction index (CSI) untuk mengetahui pola

- kepuasaan pelanggan pada E-commerce model business to customer. *J. Informatika UPGRIS* 4 (1): 38–45.
- Yoestini, B. H. M., Nugraheni, R., & Kamal, M. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, IV(2), 91.
- Yola, M., Budianto, D. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analisis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(12), pp.301-309.
- Yudha EP, Juanda B, Kolopaking LM, Kinseng RA. 2018. Rural Development in Rural Autonomy Era (Case Study at Pandeglang District, Banten Province - Indonesia). *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research (IJSBAR)*. Volume 37, No 3, pp 269-278
- Yudha EP, Juanda B, Kolopaking LM, Kinseng RA. 2018. Pengukuran Pengaruh Belanja Desa Terhadap Kinerja Pembangunan Desa Dengan Menggunakan Geographically Weighted Regression. *Tata Loka* Volume 20 Nomor 1, 23-34
- Yudha EP, Juanda B, Kolopaking LM, Kinseng RA. 2020. Rural development policy and strategy in the rural autonomy era. Case study of Pandeglang Regency - Indonesia. 2020. *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography* Vol. 14, No. 1 125-147
- Yudha EP, Noerbayinda E. 2023. Analisis Daya Saing Pisang Indonesia ke Negara Tujuan Ekspor serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jepa*. Volume 7, Nomor 1.