

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Roti di Toko Marlene Cake & Bakery

Analysis of Consumer Satisfaction Regarding Bread Purchases at Marlene Cake & Bakery Store

Amanda Atika Zahra¹; Anisa Putri Nur Salsabil²; Izharul Haq Ar Rafi³; Syahla Sandrina⁴; Yudith Reviano⁵; Ai Imas Faidoh Fatimah⁶; Khoirul Aziz Husyairi⁷; Tina Nur Ainun⁸

¹ Food Quality Assurance Study Program, School of Vocational Studies, IPB University

Article Info:

Received: 18-06-2023

in revised form: 27-08-2023

Accepted: 27-08-2023

Available Online: 28-11-2023

Keywords:

Customer satisfaction, CSI, IPA

Corresponding Author:

Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor

phone: +62-83893357874

e-mail: yudithreviano@apps.ipb.ac.id

Abstract: *This study aims to measure the level of customer satisfaction with the product attributes of Marlene Cake & Bakery. To collect data in this study, observation techniques and questionnaires were used. Processing and analysis of data used using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). Based on the results of the CSI calculation, 77.98% was obtained, which shows that of the 11 attributes, Marlene Cake & Bakery has entered satisfactory criteria according to the satisfaction criteria table according to Prayitno et al. (2017), namely if the CSI value is at percentage of 66%-80% (satisfied). The attributes that consumers want include the location of the bakery that is easily accessible, fast service, fragrant bread aroma, cleanliness of the bakery is maintained, affordable bread prices, compatibility between price and quality of bread, services provided, variety of bread, and attractive appearance of bread.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk Marlene Cake & Bakery. Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, digunakan teknik observasi dan kuesioner. Pengolahan dan analisis data yang digunakan menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Berdasarkan hasil perhitungan CSI diperoleh sebesar 77,98% yang menunjukkan bahwa dari ke-11 atribut, Marlene Cake & Bakery telah memenuhi kriteria memuaskan sesuai dalam tabel kriteria kepuasan menurut Prayitno et al. (2017) yaitu jika nilai CSI pada persentase 66%-80% (puas). Atribut yang diinginkan konsumen meliputi lokasi toko roti yang mudah dijangkau, pelayanan yang cepat, aroma roti yang harum, kebersihan toko roti terjaga, harga roti yang terjangkau, kesepadanan antara harga dengan kualitas roti, pelayanan yang diberikan, variasi roti beragam, dan penampilan roti yang menarik.*

PENDAHULUAN

Perkembangan pola konsumsi masyarakat Indonesia semakin mengalami perubahan. Menurut (Stefanus & Agustini, 2020), masyarakat sekarang lebih memilih mengkonsumsi makanan yang lebih praktis dan dapat dijadikan sebagai makanan pokok pengganti nasi. Roti maupun cake merupakan pilihan yang tepat untuk dijadikan sebagai makanan pokok dan termasuk jenis makanan yang praktis. Selain itu, cake dan roti juga dapat dijadikan sebagai bingkisan untuk diberikan kepada orang lain ataupun untuk dikonsumsi bersama-sama seperti saat hari raya idul fitri, arisan, natal atau silaturahmi ke rumah saudara maupun teman. Meningkatnya kebutuhan akan permintaan roti maupun cake mengakibatkan semakin banyaknya perusahaan baru yang mulai merintis pada bidang ini, hal ini menyebabkan persaingan dalam industri roti dan cake semakin ketat.

Dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk, kualitas produk yang ditawarkan produsen dapat menjadi penentu peran penting. Cita rasa yang baik, penampilan yang menarik akan menjadikan nilai kepuasan tersendiri bagi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan khususnya untuk produk roti dan cake. Selain dari segi cita rasa dan penampilan, keputusan pembelian produk roti dan cake pun dipengaruhi oleh faktor harga, untuk dapat menarik pelanggan, produsen perlu menjual produk roti dan cake tersebut dengan harga yang bersaing dan terjangkau. Produsen perlu memikirkan matang-matang bagaimana target pasar produk yang dijualnya sehingga dapat ditentukan range harga yang ditawarkan untuk produk tersebut. Produsen pula perlu memikirkan promosi juga yang tepat untuk dapat menarik pelanggan agar tertarik membeli. Promosi dapat dilakukan dari sisi branding produk, melakukan promosi potongan harga dan lainnya dengan tujuan utama yaitu menarik pelanggan.

Di kota Bogor sendiri, usaha yang menjual roti dan cake banyak dijumpai dengan harga yang bervariasi. Salah satunya yaitu toko Marlene Cake & Bakery yang berlokasi di Jl. Achmad Sobana no 60, RT 02/ RW 10, Tegal Gundil, Kota Bogor. Toko Marlene Cake & Bakery sendiri menyediakan beraneka jenis roti manis dengan varian yang bervariasi juga cake yang dapat dipesan sesuai permintaan dengan harga yang terjangkau.

Penilaian kepuasan penting dilakukan karena memberikan wawasan yang berharga tentang sejauh mana harapan dan ekspektasi pelanggan terpenuhi. Dikutip dari (Rangkuti, 2013). Dengan melakukan penilaian kepuasan, perusahaan dapat memahami apa yang penting bagi pelanggan, mengidentifikasi area dimana perbaikan diperlukan, dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka. Penilaian kepuasan pelanggan juga membantu perusahaan mengukur efektivitas upaya mereka dalam memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dengan mengumpulkan umpan balik dan pandangan pelanggan, perusahaan dapat merespons secara proaktif terhadap masalah atau keluhan yang mungkin timbul, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan pelanggan. Dalam kompetisi yang semakin ketat dan era digital saat ini, penilaian kepuasan pelanggan menjadi semakin penting untuk membedakan perusahaan dari pesaingnya dan memastikan kesuksesan jangka panjang.

Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) adalah dua metode yang berguna dalam mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan melalui pengukuran tingkat kepuasan. CSI membantu menentukan apakah produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi ekspektasi pelanggan dengan efisiensi, mudah digunakan, dan sensitivitas cukup tinggi (Anggraini *et al.*, 2015). Dalam hal ini, hasil analisis menggunakan metode CSI membantu perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Kurniati *et al.*, 2016). Sementara itu, IPA dapat membantu untuk melihat dan membandingkan atribut berdasarkan kepentingan dan kinerjanya serta mengidentifikasi faktor-faktor yang paling penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan prosedurnya yang sederhana dan fleksibel, IPA dapat diterapkan pada berbagai bidang dan membantu perusahaan untuk mengidentifikasi area perbaikan pada produk atau layanan mereka berdasarkan umpan balik pelanggan (Yola & Budianto, 2016). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian atribut yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada pembelian roti di toko Marlene Cake & Bakery.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

(Mudrajad, 2003) memberikan pengertian populasi sebagai suatu kumpulan elemen yang lengkap, dapat berupa orang, objek maupun peristiwa yang menarik untuk diamati. (Sinaga, 2014) mengatakan jika dalam penelitian, populasi dapat diartikan sebagai semua unit analisis yang karakteristiknya akan dipelajari. Sehingga dapat kita tarik kesimpulan, populasi merupakan suatu kelompok yang dapat berupa orang atau hal lainnya yang dipelajari dalam penelitian untuk dapat diketahui atau diduga ciri-cirinya. Pada penelitian yang dilakukan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap pembelian roti di toko Marlene Cake & Bakery, populasi yang diambil yaitu berasal dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko Marlene Cake & Bakery.

Metode Pengambilan sampel

(Sinaga, 2014) menjelaskan sampel merupakan objek data yang diambil sebagian dari suatu populasi. Untuk melakukan pengambilan sampel pada penelitian ini digunakan metode non probability sampling. Menurut (Sinaga, 2014), metode ini dilakukan apabila tidak diperoleh atau diketahui daftar lengkap dari populasi yang diambil, sehingga setiap kelompok populasi tidak mendapatkan kesempatan yang sama. Dari beberapa teknik pada metode non probability sampling, pada penelitian ini digunakan metode penarikan sampel secara accidental sampling atau penarikan sampel secara dengan mengambil data pada orang yang tidak sengaja ditemui dikarenakan tidak dapat diketahui secara pasti populasinya serta adanya keterbatasan dari segi waktu. Penelitian mengambil 65 Orang responden sebagai sampel yang digunakan.

Teknik Pengambilan Data

Dalam mengumpulkan data pada penelitian ini, teknik yang dilakukan yaitu dengan menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Observasi merupakan teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Khaatimah & Wibawa, 2017). Observasi pada penelitian dilakukan dengan cara pengamatan terhadap subjek penelitian selama pembelian untuk dapat diketahui perilaku subjek penelitian dan hal-hal lain sehingga dapat memberi tambahan data atau hasil penguat dari penelitian yang dilakukan. Sedangkan kuesioner, menurut (Sugiyono, 2016) dapat diketahui sebagai teknik memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden sehingga dapat diketahui jawabannya. Teknik kuesioner memiliki kelebihan keleluasaan waktu bagi responden untuk memberikan jawaban mereka dan dapat disebarakan secara luas dalam waktu yang bersamaan.

Jenis skala yang terdapat pada kuesioner penelitian kali ini yang bersifat penelitian sosial adalah dengan menggunakan *skala likert*. Dengan menggunakan skala tersebut responden dihadapkan pada beberapa pernyataan yang ditujukan untuk mengukur sikap, persepsi atau tanggapan orang lain terhadap suatu penilaian. Didalamnya terdapat beberapa respon yang setiap responnya terdapat bobot skor. Kelebihan dari skala ini adalah metode yang digunakan mudah dipahami banyak orang, praktis dan hasil yang didapatkan dapat lebih jelas sehingga lebih mudah dalam menentukan kesimpulan dari penilaian tersebut.

Metode Pengolahan Data

Untuk mengolah dan menganalisis data dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk Marlene Cake & Bakery maka digunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel. 1 Hasil Perhitungan CSI

No	Atribut	K	I (Y)	T
1	Rasa roti yang enak	4,00	4,64	18,56
2	Aroma roti yang harum	3,97	4,47	17,75
3	Variasi roti yang beragam	4,03	4,17	16,80
4	Penampilan roti yang menarik	3,97	4,39	17,43
5	Harga roti yang terjangkau dan bersaing	3,65	4,44	16,21
6	Kesepadanan antara harga dengan kualitas roti	3,89	4,64	18,05
7	Kebersihan toko roti yang terjaga	4,08	4,75	19,38
8	Fasilitas pendukung toko roti yang memadai	3,78	4,05	15,31
9	Lokasi toko roti yang strategis dan mudah dijangkau	3,74	4,16	15,56
10	Pelayanan yang dilakukan cepat oleh petugas toko	3,86	4,38	16,91
11	Pelayanan yang diberikan ramah kepada pembeli	3,89	4,70	18,28
			48,79	190,24

Sumber: Data Primer (2023)

$$CSI = \frac{190,24}{5(48,79)} \times 100\% = \frac{190,24}{243,95} \times 100\% = 77,98\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan CSI pada tabel 1, diperoleh sebesar 77,98% yang menunjukkan bahwa dari ke-11 atribut, Marlene Cake & Bakery telah masuk kriteria memuaskan sesuai dalam

pembagian kriteria nilai CSI menurut (Prayitno *et al.*, 2017) yaitu jika nilai CSI dalam persentase 66%-80% (puas).

Tabel 2. Kriteria Nilai CSI

No	Nilai CSI	Kriteria	Persentase
1	0.81 - 1.00	Sangat Puas	81% - 100%
2	0.66 - 0.80	Puas	66% - 80%
3	0.51 - 0.65	Cukup Puas	51% - 65%
4	0.35 - 0.50	Kurang Puas	35% - 50%
5	0.00 - 0.34	Tidak Puas	0% - 34%

Sumber : (Prayitno *et al.*, 2017)

Importance Performance Analysis (IPA)

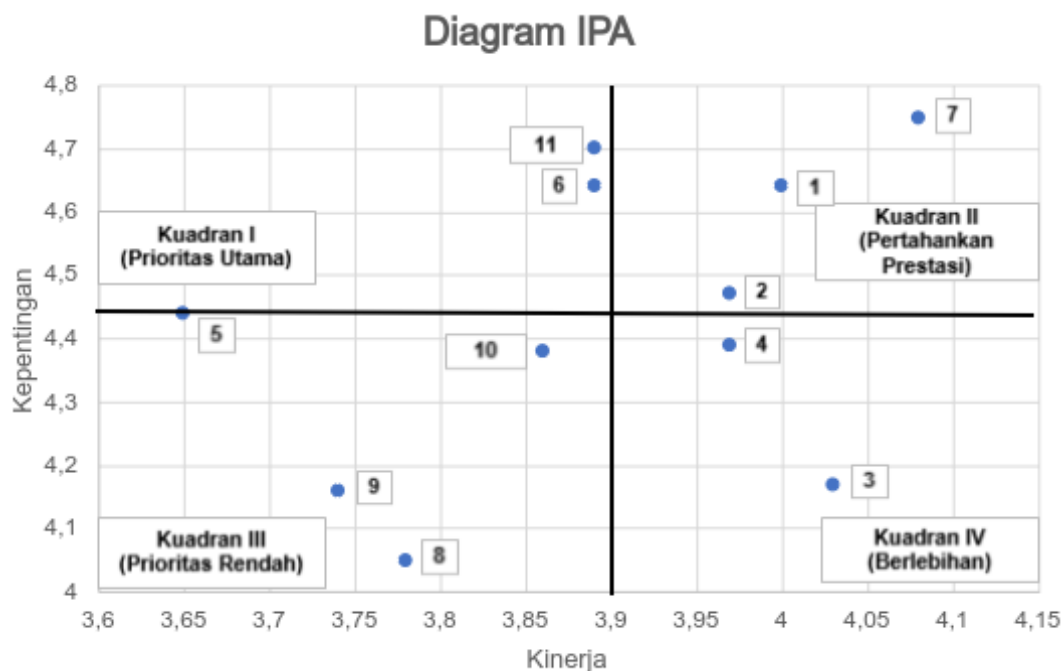
Berikut ini adalah rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan atribut-atribut produk roti di Marlene Cake & bakery dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Nilai Rata-Rata Atribut

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan
1	Rasa roti yang enak	4,00	4,64
2	Aroma roti yang harum	3,97	4,47
3	Variasi roti yang beragam	4,03	4,17
4	Penampilan roti yang menarik	3,97	4,39
5	Harga roti yang terjangkau dan bersaing	3,65	4,44
6	Kesepadanan antara harga dengan kualitas roti	3,89	4,64
7	Kebersihan toko roti yang terjaga	4,08	4,75
8	Fasilitas pendukung toko roti yang memadai	3,78	4,05

9	Lokasi toko roti yang strategis dan mudah dijangkau	3,74	4,16
10	Pelayanan yang dilakukan cepat oleh petugas toko	3,86	4,38
11	Pelayanan yang diberikan ramah kepada pembeli	3,89	4,70
Rata-rata		3,90	4,44

Sumber : Data Primer (2023)



Sumber : Data Primer (2023)

Gambar 1. Diagram IPA

Keterangan Gambar : Nilai masing-masing atribut diwakili oleh angka yang berurutan dari Tabel. 3

Salah satu cara dalam mengidentifikasi prioritas perbaikan terhadap kinerja atribut produk melalui analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan (*Importance Performance Analysis*). Analisis IPA digunakan untuk melihat kedudukan 11 atribut toko roti Marlene cake & bakery berdasarkan hasil tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari penilaian 65 responden. Pada Gambar 1 terlihat ke-11 atribut yang dianalisis tersebar ke empat bagian diagram kartesius. Berikut ini adalah penjelasan bagian kuadran-kuadran:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran satu merupakan kuadran yang menunjukkan atribut-atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan dari konsumen sehingga dapat dijadikan prioritas utama pemilik toko dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran I (Prioritas Utama) meliputi:

a. Harga roti yang terjangkau dan bersaing

Menurut (Kartajaya, 2002) aspek harga dapat digunakan dalam penilaian konsumen untuk melihat seberapa besar pengeluaran finansial terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Indikator penilaian harga dapat dilihat dari besarnya pengeluaran yang dilakukan konsumen terhadap nilai suatu produk setelah melakukan pembelian dimana dari hal tersebut konsumen dapat mempersepsikan apakah produk tersebut mahal atau tidak. Dalam atribut ini pihak toko dapat memprioritaskan kembali pelaksanaan atribut harga roti yang terjangkau dan bersaing karena dengan menerapkan hal tersebut kepuasan dari konsumen dapat berpengaruh.

b. Kesepadanan antara harga dengan kualitas roti

Menurut (Wijayanti, 2008) pembelian produk seseorang dapat dipengaruhi dari sisi produk, harga dan promosi yang dilakukan. Dalam hal ini produk roti menciptakan kualitas atau memenuhi harapan atau tidaknya kepada konsumen dengan harga yang sesuai atau kesepadanan dengan kualitas yang ditawarkan.

c. Pelayanan yang diberikan ramah kepada pembeli

Menurut (Rohaeni & Marwa, 2018) menjelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan konsumen melalui keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan sehingga dapat memuaskan konsumen. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan apabila merasa puas maka pelanggan tersebut akan menceritakan kepuasan layanan tersebut kepada calon pelanggan lain. Namun, apabila pelanggan tersebut merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalaman mengecewakan. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan, akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Menurut (Sudarti & Atika, 2012), upaya perbaikan pelayanan (*service recovery*) dapat menyelesaikan masalah sehingga pelanggan yang sebelumnya merasa tidak puas terhadap pelayanan akan ingin kembali karena perbaikan yang dilakukan.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II merupakan kuadran yang menunjukan atribut-atribut yang telah berhasil dipenuhi toko untuk kepuasan konsumennya sehingga pada pelaksanaannya atribut-atribut tersebut perlu dipertahankan dan dijaga. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran II (Pertahankan Prestasi) meliputi:

a. Aroma yang harum

Menurut (Yudi & Usman, 2016), selain warna, atribut sensori yang mempengaruhi dalam penilaian produk makanan dapat dipengaruhi oleh aroma. Pada produk roti Marlene Cake & Bakery, aroma roti telah mencapai kepuasan konsumen hal ini, produsen roti Marlene Cake & Bakery telah berhasil dalam mewujudkan salah satu atribut sensori yang penting salah satunya yaitu aroma dari produk roti.

b. Rasa roti yang enak

Menurut (Wandhasari *et al.*, 2022), rasa merupakan salah satu instrumen penentuan kualitas produk yang paling berpengaruh dikarenakan konsumen menilai suatu makanan yang memiliki kualitas yang baik tentunya memiliki rasa yang baik pula. Dalam penerapannya, produk roti Marlene Cake & Bakery telah memiliki kualitas rasa yang enak sehingga memenuhi kepuasan konsumen yang membeli produk roti. Kualitas rasa yang enak perlu tetap dipertahankan oleh pihak toko sehingga dapat menjaga kepuasan pelanggan.

c. Kebersihan toko roti yang terjaga

Untuk menjaga kepuasan pelanggan khususnya mengenai toko roti dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor kebersihan yang memiliki pengaruh besar karena pelanggan dimanapun memiliki keinginan yang sama terhadap makanan yang ia makan, orang yang mengolah, bahan makanan, cara pengolahan, serta tempat yang harus benar-benar bersih, dan sehat. Dalam toko roti Marlene Cake & Bakery kebersihan telah dianggap baik oleh konsumen dan perlu dipertahankan bagi produsen. Kebersihan tempat, ruangan, fasilitas dan lain-lain telah memuaskan pelanggan dengan baik.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III adalah kuadran yang menunjukkan atribut-atribut yang memiliki pengaruh dan dampak yang relatif kecil terhadap kepuasan konsumen, sehingga pemenuhan atribut dalam kuadran ini tidak terlalu penting. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran III (Prioritas Rendah) meliputi:

a. Fasilitas pendukung toko roti yang memadai

Menurut (Sinaga *et al.*, 2022) fasilitas pendukung dapat diartikan sebagai sebuah sarana pendukung yang disediakan perusahaan atau pelaku bisnis dalam rangka menarik minat konsumen. Fasilitas pendukung biasanya bersifat opsional dan merupakan pilihan perusahaan untuk memenuhinya. Pada penilaian kepuasan, fasilitas pendukung seperti AC, wifi, tempat duduk termasuk dalam atribut prioritas rendah dikarenakan rata-rata konsumen tidak menghabiskan waktu yang lama dalam pembelian roti/*takeaway* namun dari hasil kepuasan yang didapat pihak toko mendapatkan kinerja yang cukup baik terhadap pemenuhan fasilitas pendukung toko roti.

b. Lokasi toko roti yang strategis

Menurut (Aprianti, 2022), lokasi yang strategis mempermudah konsumen untuk menjangkaunya karena dinilai tidak memerlukan pengorbanan yang besar bagi konsumen sehingga akan menarik dan menjadikan alasan kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen. Lokasi toko yang strategis dapat mempengaruhi tingkat pembelian roti dalam fase pengenalan produk / toko roti belum terlalu dikenal, berbeda cerita jika brand roti sudah terkenal maka lokasi toko bisa dimanapun dengan memanfaatkan media pengiklanan online

c. Pelayanan yang dilakukan cepat

Menurut (Shony Azar & Efendi, 2020), kecepatan pelayanan dapat diartikan sebagai pelayanan yang tanggap tanpa pembedaan status konsumen serta dapat menjaga interaksi yang baik kepada konsumen. Kecepatan pelayanan memang diperlukan dalam mengefisienkan waktu baik dari sisi perusahaan maupun konsumen. Namun kecepatan pelayanan biasanya lebih terlihat pada usaha yang menerapkan konsep *dine in*. Untuk toko roti sendiri karena pembelian lebih banyak dilakukan secara *takeaway* maka atribut kecepatan pelayanan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan masuk ke dalam kategori prioritas rendah

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV merupakan kuadran yang atribut-atributnya tidak terlalu penting dan berpengaruh, namun pada pelaksanaannya atribut-atribut tersebut berlebihan dan cenderung mendapatkan hasil kinerja yang tinggi. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran IV (Berlebihan) meliputi:

a. Variasi Roti yang beragam

Menurut (Anisa & Yuliati, 2015), variasi produk dapat mencakup mulai dari sisi rasa, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk yang ditawarkan. Variasi produk yang beragam dapat memberi cakupan yang lebih luas dalam menangani berbagai kebutuhan serta keinginan konsumen. Marlene Cake & Bakery telah menyediakan berbagai variasi produk dengan variasi rasa dan penampilan yang variatif sehingga dapat memenuhi berbagai keinginan konsumen

b. Penampilan roti yang menarik

Menurut (Moehyi, 1992) Daya penerimaan terhadap makanan ditentukan oleh sensasi cita rasa yang dihasilkan oleh makanan melalui berbagai indera dalam tubuh manusia, terutama penglihatan, penciuman, dan pengecap. Penampilan roti yang disajikan dapat mempengaruhi selera makan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penampilan makanan meliputi warna, tekstur, bentuk, konsistensi, dan rasa. Marlene cake & bakery menyediakan berbagai produk roti yang menarik dari segi bentuk kemasan maupun bentuk roti yang beragam yang membuat pelanggan terpengaruh untuk membelinya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan dari hasil pemetaan diagram (*Importance Performance Analysis*) IPA, diketahui beberapa atribut tergolong pada kuadran I atau prioritas utama yang berpengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan, diantaranya yaitu harga roti yang terjangkau, kesepadanan antara harga dan kualitas roti, serta pelayanan yang ramah. Dimana dari ketiga parameter tersebut toko roti Marlene Cake & Bakery telah menghasilkan kinerja yang baik dalam pelaksanaannya. Sedangkan untuk hasil Indeks Kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction Index* atau CSI) diperoleh sebesar 77,98% dimana nilai tersebut menunjukkan konsumen puas terhadap kinerja toko roti Marlene Cake & Bakery.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, L. D., Daeranto, P., & Iksari, D. M. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan

- Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index the Analysis of Consumer Perception Used Importance Performance Analysis Method and. *Jurnal Industri*, 4(2), 74–81.
- Anisa, K., & Yulianti. (2015). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Breadtalk Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 89–98. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11744>
- Aprianti, E. N. (2022). *Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Alat Tulis Putra Kembar*. 254–260.
- Kartajaya. (2002). *Hermawan Kartajaya on Marketing*.
- Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas Model Pembelajaran Cooperative Integrated Reading and Composition Terhadap Hasil Belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2(2), 76–87.
- Kurniati, E., Silvia, E., & Efendi, Z. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu. *Jurnal Teknologi Dan Industri Pertanian Indonesia*, 8(2), 67. <https://doi.org/10.17969/jtipi.v8i2.6784>
- Moehyi. (1992). Penyelenggaraan makanan institusi dan jasa boga. In *Braz Dent J*. (Issue 1).
- Mudrajad, K. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*.
- Prayitno, E., Yanitasari, Y., & Dedih. (2017). *E-Kuesioner Pengukuran Kepuasan Pelanggan Dengan Customer Satisfaction Index Dan Importance Performance Analysis Berbasis Web*. 6(1), 1–10.
- Rangkuti, F. (2013). *ANALISIS SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia*.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Shony Azar, M. A., & Efendi, A. (2020). Pengaruh Kecepatan Layanan Dan Keramahan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dirumah Kopi Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 136–148. <https://doi.org/10.52166/humanis.v12i2.1969>
- Sinaga. (2014). *Statistik Dasar*.
- Sinaga, A. R., Pradekso, T., & Setyabudi, D. (2022). “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Terpaan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Dompot Digital Gopay””. *Interaksi Online*, 10(3), 56–67.
- Stefanus, J., & Agustini, D. H. (2020). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Virgin Cake & Bakery Tlogosari Semarang. *Jemap*, 2(2), 303. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2467>
- Sudarti, K., & Atika, I. (2012). Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan melalui Citra dan Service Recovery (Studi pada Restoran Lombok Ijo Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 19(1), 93–109.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Wandhasari, N. A., Harisudin, M., & Setyowati. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LATANSA BAKERY SURAKARTA*. 10(2), 1–12.
- Wijayanti, R. (2008). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Pembersih Wajah Ovale. In *Jurnal Aplikasi Manajemen* (Vol. 6, Issue Universitas Achmad Yani Banjarmasin, pp. 138 – 154).
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(1), 301. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>
- Yudi, S., & Usman, P. (2016). PEMANFAATAN BUAH TERUNG BELANDA DAN KULIT PISANG KEPOK DALAM PEMBUATAN SELAI. *Jurusan Teknologi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Riau*, 147(March), 11–40.