

Analisis Kepuasan Konsumen Pada CV. Salsabilah Group Dengan Menggunakan Metode *Service Quality*

Mohammad Syihabuddin Alja'far¹, Mohammad Dian Kurniawan², Yanuar Pandu Negoro³

^{1,2} Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik, Jl. Sumatera No. 101,
Gn. Malang, Randuagung, Kec. Kebomas, Kab. Gresik, Jawa Timur 61121

Email: Sihanbuddin@gmail.com, md.kurniawan@umg.ac.id, yanuar.pandu@umg.ac.id

ABSTRAK

CV. Salsabilah Group merupakan perusahaan manufaktur batu kumpang yang berlokasi di Ds. Bolo Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik. Dalam penjualan batu kumpang kepuasan pelayanan pelanggan sangat mempengaruhi kepercayaan konsumen. Maka dari itu kualitas pelayanan konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan. Pada data penjualan batu kumpang di CV. Salsabilah Group selama bulan Mei – Oktober 2021 terjadi penurunan jumlah konsumen dengan grafik yang tidak stabil dan cenderung menurun. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen diperlukan penerapan metode *Service Quality* guna memperbaiki kualitas dalam pelayanan kepada konsumen agar meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan. Dalam penelitian ini data diolah dengan melakukan uji Reabilitas, Uji Validitas, Perhitungan GAP. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pada 10 atribut kepuasan pada konsumen, terdapat GAP antara persepsi CV. Salsabilah Group dan harapan konsumen yang mempunyai nilai (-2,09) kondisi lingkungan perusahaan. sebaiknya pada jalanan perusahaan sampai tempat parkir agar segera diperbaiki lagi, karena berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan ketika berkunjung. yang berarti pelayanan konsumen di perusahaan tidak sesuai dengan keinginan konsumennya dan perbaikan masih harus dilakukan dengan menggunakan usulan perbaikan yang telah diberikan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kepuasan, Pelayanan Konsumen, *Service Quality*, Kualitas, Batu kumpang

ABSTRACT

CV. Salsabilah Group is a kumpang stone manufacturing company located in Ds. Bolo, Ujung Pangkah District, Gresik Regency. In the sale of kumpang stones, customer service satisfaction greatly affects consumer confidence. Therefore, the quality of customer service is a measure of the success of a company. In the sales data of kumpang stone in CV. Salsabilah Group during May – October 2021, there was a decrease in the number of consumers with unstable graphs and tended to decline. To improve the quality of customer service, it is necessary to apply the Service Quality method to improve the quality of service to consumers to increase consumer confidence in the company. In this study, the data is processed by conducting reliability tests, validity tests, and GAP calculations. the results of this study indicate that in the 10 attributes of consumer satisfaction, there is a gap between the perceptions of CV. Salsabilah Group and consumer expectations have a value (-2.09) of the company's environmental conditions. preferably on the company street to the parking lot so that it can be repaired again because it affects the comfort of customers when visiting. which means that customer service in the company is not following the wishes of its consumers and improvements must still be made using the proposed improvements that have been given in this study.

Keywords: Satisfaction, Customer Service, *Service Quality*, Quality, Kumpang Stone

Pendahuluan

Di era globalisasi, dunia bisnis mengalami banyak perubahan dan kemajuan, serta persaingan bisnis yang semakin pesat [1]. Bisnis di industri material bangunan tidak terkecuali. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu menawarkan produk dan layanan yang sangat baik [2]. konsumen akan puas dan loyal Ketika produk

dan layanan perusahaan sangat baik. Dalam jangka waktu yang panjang memungkinkan perusahaan bisa berkembang dan bertahan pada kondisi tersebut. Pada dewasa ini, telah disadari bahwa konsep yang dimana konsumen berada pada posisi yang vital bagi perusahaan, merupakan konsep yang paling penting. Karena konsumen bisa menjadi kunci sukses sebuah perusahaan [3]. Agar bisa menyediakan pelayanan yang memuaskan, maka manajemen perusahaan

harus mengembangkan kualitas dalam pelayanannya agar mempunyai pemahaman tentang kepuasan konsumen [4]. Layanan konsumen adalah aktivitas atau kinerja yang bisa dilakukan oleh satu pihak ke pihak lain tanpa mengambil kepemilikan atas produk fisik, yang pada dasarnya tidak berwujud. [5].

Menurut Linggan (2019), kepuasan merupakan rasa bahagia maupun kecewa pada seseorang yang muncul sesudah membandingkan persepsi atas kinerja suatu produk yang diterima dengan harapannya [6]. Kepuasan konsumen merupakan variabel yang penting dalam meningkatkan proses dan hubungan yang baik dengan konsumen [7]. Kepuasan konsumen berhubungan dengan kualitas layanan pada perusahaan. Mengikuti peningkatan jumlah konsumen, ada kebutuhan akan lebih banyak layanan yang bisa membina hubungan kuat antara perusahaan dan konsumen. Hubungan ini memiliki implikasi jangka panjang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimalkan keluhan konsumen [8]. Kepuasan konsumen bisa diwujudkan dengan nilai, pelayanan dan kualitas. Kunci loyalitas konsumen yaitu dengan memberikan nilai konsumen yang cukup besar [9].

CV. Salsabillah Group adalah industri yang bergerak dibidang bahan bangunan yang memproduksi batu kumpang dengan berbagai macam ukuran. *Make To Stock* adalah sistem produksi pada CV. Salsabillah Group yang artinya perusahaan mengedepankan produksi batu kumpang lalu disimpan menjadi stok barang jadi. Berdasarkan hasil wawancara dari kepala produksi diketahui bahwa terdapat beberapa komplain dari konsumen mencakup kualitas produk, akses menuju tempat produksi kurang perawatan, dan keterlambatan pengiriman. CV. Salsabillah Group merupakan industri batu kumpang yang terkenal dan banyak peminatnya di kawasan Ujung Pangkah dan sekitarnya.

CV. Salsabillah Group sebelumnya belum pernah mengukur kualitas pelayanan untuk memperoleh informasi tentang kepuasan konsumen. Tindak lanjut *complain* konsumen juga belum maksimal. Jika terus mengabaikan hal tersebut, maka perusahaan akan kehilangan daya saing loyalitas dari konsumen. Sampai saat ini, perusahaan hanya fokus terhadap proses produksi batu kumpang dan pendistribusian kepada konsumen tanpa adanya penanganan media dalam menilai pelayanan terhadap konsumen. Pada periode juni – oktober 2021 terjadi penurunan jumlah konsumen. Hal tersebut disebabkan karena pelayanan yang belum bisa memenuhi harapan konsumen, akibatnya konsumen pindah ke pesaing lain. Oleh karena itu, metode *Service Quality* digunakan pada penelitian

ini untuk menyelesaikan permasalahan di perusahaan.

Metode *Service Quality* pertama kali dipresentasikan oleh Berry, Parasuraman, dan Zeithaml, sudah diuji secara empiris, dan berkembang menjadi alat pengukuran pelayanan kualitas konsumen yang Mencakup lima aspek, yaitu: *Empathy, Responsiveness, Reliability, Assurance* dan *Tangible* [10] [11] [12]. *Service Quality* diartikan sebagai seberapa panjang perbandingan antara harapan dan kenyataan para konsumen atas pelayanan perusahaan. *Service Quality* bisa ditentukan dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan dengan pelayanan yang sebenarnya diterima. [13]. Metode *Service Quality* digunakan dalam penelitian ini karena mudah untuk dimengerti, memiliki alat bantu yang jelas dalam mengukur, dapat menilai kualitas layanan bisnis berdasarkan persepsi konsumen dan mengidentifikasi harapan konsumen terhadap layanan yang ditawarkan. Metode *Service Quality* dapat menghitung skor rata-rata kinerja layanan (pengakuan) dan tingkat kepentingan (ekspektasi) dari masing-masing dimensi *Service Quality*. Dimensi tersebut adalah daya tanggap (*Responsiveness*), bukti nyata (*Tangibles*), jaminan (*Assurance*), keandalan (*Reability*) dan empati (*Empathy*), ditentukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen [14] [15].

Metode Penelitian

Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan di CV. Salsabillah Group berada di Ds. Bolo Kecamatan Ujung Pangkah Kabupaten Gresik. Pada bagian proses produksi batu kumpang di CV. Salsabillah Group tertanggal 27 September 2021 – 24 Oktober 2021 dilakukan proses pengambilan data

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini diuraikan seperti berikut ini:

Studi Pendahuluan

Merupakan langkah awal dalam penelitian untuk mencari suatu masalah yang terjadi di perusahaan guna dapat diteliti lebih lanjut. Permasalahan yang terjadi pada CV. Salsabillah Group adalah belum adanya pengukuran yang dilakukan terhadap kualitas pelayanan untuk mengetahui tentang kepuasan konsumen.

Studi Lapangan dan Studi Pustaka

Studi lapangan dilaksanakan dengan pengamatan/observasi dan wawancara secara

langsung di CV. Salsabillah Group untuk mendapatkan informasi dan data. Studi Pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data kepustakaan, membaca catatan, mencatat, dan menemukan cara mengelola bahan penelitian yang dipelajari.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada studi pendahuluan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apa saja atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen dalam membeli produk dan bagaimana usulan perbaikan yang dilakukan pada atribut-atribut yang terdapat gab negatif.

Pengumpulan Data

Data-data yang didapatkan berasal dari hasil penyebaran kuisioner dan peninjauan langsung terhadap proses produksi serta wawancara kepada kepala produksi CV. Salsabillah Group yakni bapak Basith. Data-data tersebut berupa data penjualan batu kumbang selama periode Mei – Oktober 2021 dan data hasil penyebaran kuisioner yang berisi 10 atribut kepuasan dan harapan konsumen.

Pengujian Data

Data kuisioner yang telah diperoleh, kemudian akan dilakukan pengujian data dengan uji kecukupan data, uji validitas dan uji reabilitas untuk mengetahui jumlah responden dan data tersebut valid/reliabel atau tidak valid/tidak reliabel. Jika data tersebut valid/reliabel, maka akan dilakukan pengolahan data, sedangkan jika tidak valid/tidak reliabel, maka akan dilakukan penyebaran kuisioner ulang.

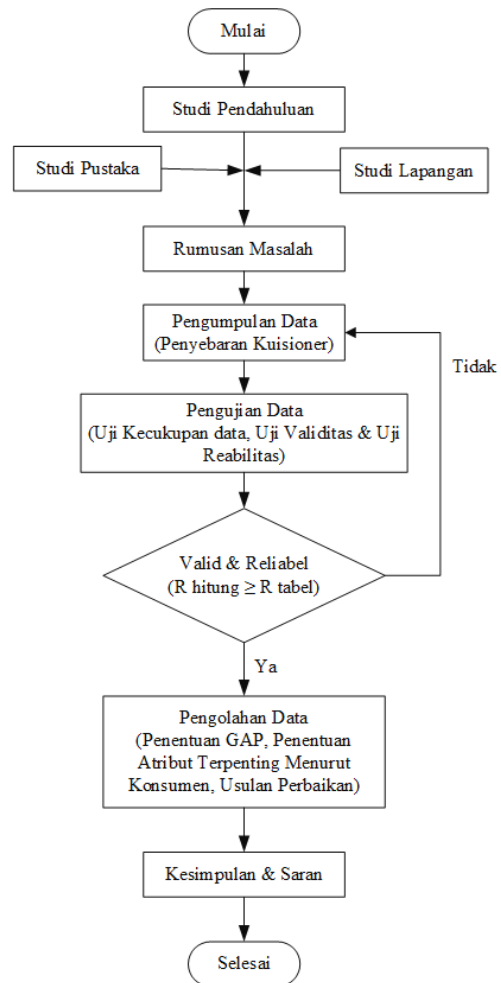
Pengolahan Data

Sesudah data-data yang dibutuhkan terhimpun, lalu dilakukan pengolahan data melalui tahap-tahap yaitu analisis atau penentuan GAP, Penentuan atribut terpenting menurut konsumen, dan Usulan perbaikan.

Kesimpulan dan saran

Sesudah dilakukan pengolahan data dan di analisis, selanjutnya menarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah diatas dan diberikan saran untuk penelitian kedepannya.

Tahap penelitian yang telah dijelaskan diatas dapat diilustrasikan dalam flowchart seperti berikut

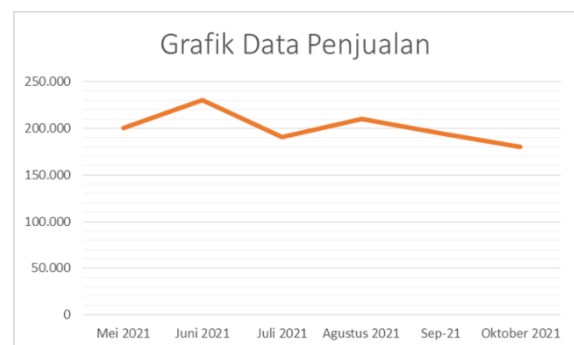


Gambar 1. Flowchart penyelesaian masalah

Hasil dan Pembahasan

Tahap pengumpulan data

Dari hasil wawancara kepada kepala produksi dan pengamatan langsung di CV. Salsabillah Group, didapatkan data penjualan atau jumlah pelanggan produk batu kumbang adalah sebagai berikut :



Gambar 2. grafik data penjualan batu kumbang di CV. Salsabillah Group dari bulan Mei–Oktober 2021

Dari gambar 1 bisa diketahui bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan batu kumpang di CV. SALSABILLAH GROUP dari bulan Mei-Oktober 2021. Grafik tersebut menunjukkan tren penjualan batu kumpang yang tidak stabil dan cenderung menurun.

Tabel 1 Atribut Layanan konsumen

No	Kode	Atribut Layanan
Dimensi Fisik (Tangible)		
1	T1	Perusahaan selalu memenuhi kebutuhan pelanggan
2	T2	Kondisi lingkungan perusahaan
Dimensi Keandalan (Reliability)		
3	R1	Karyawan memiliki rasa keluarga terhadap pelanggan
4	R2	Sarana pengiriman batu kumpang memadai
Dimensi Ketanggapan (Responsiveness)		
5	Res1	Kecepatan dan ketepatan dalam melakukan pekerjaan
6	Res2	Kemudahan dalam melakukan pembayaran
Dimensi Jaminan (Assurance)		
7	A1	Penjelasan mengenai produk
8	A2	Garansi produk
Dimensi Empaty (Empathy)		
9	E1	Keramahan karyawan terhadap konsumen
10	E2	Kesabaran dalam menerima keluhan pelanggan

Tahap Pengujian Data

Uji Kecukupan Data

Dengan mengikuti rumus Bernoulli akan dilakukan analisis uji kecukupan data kuisioner.

$$N = \frac{(\frac{z\alpha}{2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (1)$$

Keterangan :

N = jumlah sampel minimum

Z = Nilai Distribusi Normal

e = Nilai koleransi eror

p = persentase kuisioner yang terjawab benar

q = persentase kuisioner yang terjawab salah

Sehingga perhitungannya seperti berikut :

$$N = \frac{(1,96) \cdot (1,96) \cdot 0,96 \cdot 0,041}{0,05 \cdot 0,05}$$

$$= 60,48 = 60$$

Menurut perhitungan rumus Bernoulli, Jumlah sampel harus ≥ 60 yang merupakan jumlah responden minimum. Kuisioner yang disebarkan

dan dijawab oleh konsumen sebanyak 65 kuisioner yang berarti bahwa angka tersebut lolos uji validasi data Bernoulli. Data-data dari pengisian kuisioner dan wawancara adalah data kuantitatif yang telah sesuai dengan kaidah statistik untuk melakukan pengujian yang diperlukan.

Uji Validitas

Untuk membandingkan nilai tabel sesuai *degree of freedom* ($df = n-2$), maka dilakukan uji validitas disetiap respon pada butir pertanyaan. Pada jumlah minimal sampel ($n = 60$). Pada $df = 58$, r tabel = 0,254. *Software SPSS* dan *MS. Excel* digunakan untuk pengujian validitas dengan mengikuti rumus berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (2)$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefesien korelasi

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total item

n : Jumlah responden

Tabel 2 Uji Validitas Persepsi

No	Atrubut	Persepsi	R tabel	Validitas
1	T1	0,271	0,254	Valid
2	T2	0,338	0,254	Valid
3	R1	0,392	0,254	Valid
4	R2	0,422	0,254	Valid
5	Res1	0,352	0,254	Valid
6	Res2	0,361	0,254	Valid
7	A1	0,541	0,254	Valid
8	A1	0,573	0,254	Valid
9	E1	0,272	0,254	Valid
10	E2	0,452	0,254	Valid

Apabila butir pertanyaan memiliki korelasi pearson R hitung $\geq 0,254$, maka butir pertanyaan disebut valid, dan apabila butir pertanyaan memiliki korelasi pearson R hitung $\leq 0,254$, maka butir pertanyaan disebut tidak valid dan hendaknya dihilangkan.

Tabel 3 Uji Validitas Harapan

No	Atribut	Harapan	R tabel	Validitas
1	T1	0,261	0,254	Valid
2	T2	0,322	0,254	Valid
3	R1	0,407	0,254	Valid
4	R2	0,451	0,254	Valid
5	Res1	0,450	0,254	Valid
6	Res2	0,350	0,254	Valid
7	A1	0,608	0,254	Valid
8	A1	0,518	0,254	Valid
9	E1	0,656	0,254	Valid
10	E2	0,591	0,254	Valid

Apabila pada setiap butir pertanyaan mempunyai korelasi *pearson* $R \geq 0,254$, maka setiap butir pertanyaan bisa disebut valid.

Uji Reabilitas

Software SPSS digunakan untuk pengujian reliabilitas pada kuisioner terhadap kualitas pelayanan yang sebenarnya dengan mengikuti rumus berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (3)$$

dimana:

r_{11} =Reabilitas Instrumen

K =jumlah butir pertanyaan

\sum =Jumlah variansi butir

σ_t^2 =Total variansi

Tabel 4 Uji Reabilitas

	Persepsi	Harapan
Batas Reabilitas	0,600	0,600
Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	0,607	0,733

Apabila nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,6$, maka bisa dikatakan reliabel dan bisa dipergunakan untuk dasar kesimpulan [16].

Tahap Pengolahan Data

Setelah diperoleh data yang valid atau reliabel, kemudian dilakukan analisis GAP dengan mengikuti rumus berikut :

GAP = nilai kepuasan pelanggan – nilai harapan pelanggan

Tabel 5 Analisis GAP

No	Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
1	T1	2,77	4,46	-1,69
2	T2	2,89	4,98	-2,09
3	R1	2,98	4,62	-1,63
4	R2	2,91	4,51	-1,60
5	Res1	3,23	4,28	-1,05
6	Res2	3,15	4,34	-1,18
7	A1	2,98	4,05	-1,06
8	A1	3,08	4,26	-1,18
9	E1	3,22	4,32	-1,11
10	E2	2,82	4,31	-1,49

Pada tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai GAP negatif yang terbesar adalah (-2,09) yang berarti kualitas sebuah indikator cukup buruk yang menjadi prioritas perbaikan. Nilai GAP antara harapan dan persepsi kurang dari nol, sehingga pada aspek pelayanan konsumen harus lebih ditingkatkan lagi. Oleh sebab itu, maka diharapkan bisa mempengaruhi kepuasan konsumen yang lebih maksimal. Tingkat kepuasan konsumen merupakan faktor penentu dalam menentukan keberlanjutan sebuah industri.

Tabel 6 Tingkat Kepentingan

Rangking	Atribut	Skor
1	Garansi produk	4,67
2	Kondisi lingkungan perusahaan	4,57
3	Perusahaan selalu memenuhi kebutuhan pelanggan	4,5
4	Sarana pengiriman batu kumbang memadai	4,5
5	Kesabaran dalam menerima keluhan pelanggan	4,45
6	Karyawan memiliki rasa keluarga terhadap pelanggan	4,4
7	Kemudahan dalam melakukan pembayaran	4,33

8	Kecepatan dan ketepatan dalam melakukan pekerjaan	4,27
9	Penjelasan mengenai produk	4,27
10	Keramahan karyawan terhadap konsumen	4,27

Atribut-atribut diatas yang dianggap paling penting menurut konsumen dan mempengaruhi daya beli di CV Salsabilah Group.

Tabel 7 Usulan Perbaikan

No	Kode	Usulan Perbaikan
1	T1	Diharuskan bagi perusahaan harus selalu mengedepankan kebutuhan pelanggan, karena akan berdampak buruk bagi perusahaan jika kebutuhan pelanggan tidak terpenuhi
2	T2	Kondisi yang buruk akan dapat berpengaruh untuk kenyamanan konsumen, sebaiknya jalanan perusahaan sampai tempat parkir di perbaiki lagi.
3	R1	Ketika pelanggan merasa nyaman dengan sikap kekeluargaan, maka pelanggan akan dapat lebih memakai jasa perusahaan kembali karena keakraban yang ada
4	R2	Sarana pengiriman batu kumbang kurang memadai karena kendala truk yang minim, Sebaiknya ditambah agar pengiriman dapat berjalan dengan cepat.
5	Res1	Kecepatan dan ketepatan perlu diperhatikan, karena pengerjaan harus bisa cepat selesai dan pengerjaan harus hati-hati karena salah sedikit akan merugikan perusahaan
6	Res2	Menjalani kerjasama dengan bank ternama, jadi pembayaran tidak hanya bisa di lakukan secara tunai tetapi juga bisa di lakukan dengan menggunakan credit card.
7	A1	Penjual lebih jelas lagi dalam menjelaskan produk batu kapur yang di jual agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut.
8	A1	Di harapkan jika produk batu kapur ada kecacatan dari proses produksi bisa di lakukan klaim garansi.

9	E1	Ketika pelanggan merasa nyaman dengan sikap kekeluargaan, maka pelanggan akan dapat lebih memakai jasa perusahaan kembali karena keakraban yang ada
10	E2	Konsumen merasa nyaman ketika menggunakan jasa, ketika operator sabar dan mencari jalan alternative dalam menyelesaikan pengerjaan dalam menyelesaikan pengerjaan ketika ada keluhan.

Kesimpulan

Pada hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa pada 10 atribut kepuasan pada konsumen, terdapat GAP antara persepsi CV. SALSABILLAH GROUP dan harapan konsumen yaitu atribut T2 dengan nilai (-2,09) kondisi lingkungan perusahaan. sebaiknya pada jalanan perusahaan sampai tempat parkir agar segera diperbaiki lagi, karena berpengaruh terhadap kenyamanan pelanggan ketika berkunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen perusahaan pada pelayanan konsumen di CV. Salsabilah Group belum bisa memenuhi harapan konsumennya dan harus dilakukan perbaikan dengan menggunakan usulan perbaikan yang telah diberikan pada penelitian ini.

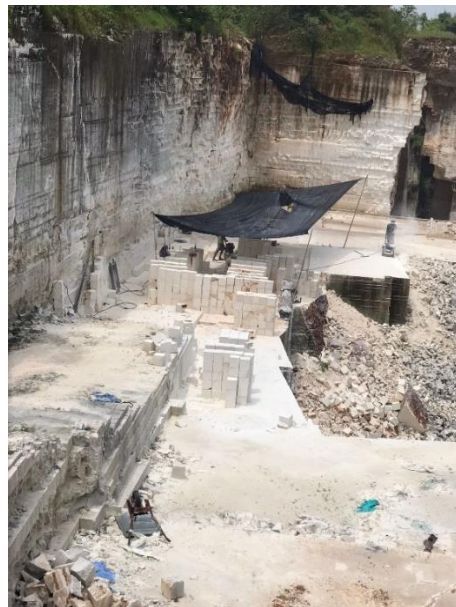
Penulis mengharapkan kepada perusahaan adalah agar lebih berfokus pada atribut yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga dapat didapatkan pengembangan kepuasan konsumen.

Daftar Pustaka

- [1] F. C. Putra, "Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Yang Diintegrasikan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) (Studi," pp. 1-92, 2019.
- [2] U. Peningkatan *et al.*, "Banten dengan menggunakan Metode Service Quality (Servqual) □ Sesar Triwibowo, Hendang Setyo Rukmi, Ambar Harsono," *J. Online Inst. Teknol. Nas. Juli*, vol. 02, no. 01, pp. 13-23, 2014.
- [3] H. Winarno and T. Absror (Universitas Serang Raya), "Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering," *J. Manaj. Ind. Dan Logistik*, vol. 1, no. 2, p. 162, 2017, doi: 10.30988/jmil.v1i2.38.
- [4] I. Murdifin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar," *lldikti9.id Equilibrium*, vol. 1, no. 2, pp. 23-33, 2020.

- [5] A. Dharmawan and F. Wurjaningrum, "Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Servqual, Importance Performance Analysis, Dan Quality Function Deployment Pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya," *J. Manaj. Teor. dan Ter. J. Theory Appl. Manag.*, vol. 7, no. 3, pp. 207–224, 2016, doi: 10.20473/jmtt.v7i3.2712.
- [6] A. D. Linggan, "Penambahan Pelanggan IndiHome 2018," vol. 6, no. 2, pp. 6548–6555, 2019.
- [7] M. Horax, L. Sanjaya, J. Pratiwi, and A. Yosephine, "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality (Servqual)," *J. Metris*, vol. 18, pp. 65–74, 2017, [Online]. Available: <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/metris>.
- [8] A. P. Anindya and Iva Mindhayani, "Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality," *J. INTECH Tek. Ind. Univ. Serang Raya*, vol. 7, no. 2, pp. 129–136, 2021, doi: 10.30656/intech.v7i2.3954.
- [9] H. J. Suripatty, "Analisa Kualitas Proses Produksi Analisa Kualitas Proses Produksi Produk Batu Batako PT. Karya Papua Nabire," *J. FATEKSA*, vol. 1, no. 1, pp. 31–38, 2016.
- [10] B. Irawan, R. A. Kurnia, E. D. Sitanggang, and S. Achmady, "Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit Berdasarkan Metode Service Quality (Servqual)," *J. Keperawatan Dan Fisioter.*, vol. 3, no. 1, pp. 58–64, 2020, doi: 10.35451/jkf.v3i1.522.
- [11] A. Purnama and I. Sailah, "Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitasmelalui Metode Servqual," *J. Manaj.*, vol. 21, no. 3, p. 418, 2017, doi: 10.24912/jm.v21i3.260.
- [12] Y. P. Negoro, F. D. Yanti, and F. A. Sholikah, "MATRIK Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi Peningkatan Kualitas Pelayanan Sekolah Menengah Atas (SMA) Sejahtera Surabaya Dengan Pendekatan Service quality (SERVQUAL) Dan Quality Function Deployment (QFD)," vol. XXII, no. 2, 2022, doi: 10.350587/matrik.v22i2.3501.
- [13] D. F. Nurdiyanto, "Tugas Akhir Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Fuzzy dan Metode Service Quality pada Pusat Perbelanjaan Assalaam Hypermarket," pp. 18–21, 2008.
- [14] O. P. Sianipar, P. Deoranto, and W. A. P. Dania, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual (Service Quality) (Studi Kasus di Nest Coffee, Kota Jombang)," pp. 1–9.
- [15] R. Alfatiyah, "Analisis Kualitas Jasa Periklanan Dengan Kombinasi Metode Servqual Dan Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan," *JITMI (Jurnal Ilm. Tek. dan Manaj. Ind.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, 2018.
- [16] A. Rahmi, A. Wulandari, and D. Marcelino, "Analisis IPA Dalam Mengukur Kepuasan Pelanggan PT. Medion Ardhika Bhakti Berdasarkan Dimensi SERVQUAL," *J. Adm. Prof.*, vol. 1, pp. 27–34, 2020.

LAMPIRAN



Gambar 3. Proses Pembuatan Batu Kumpang



Gambar 4. Produk Jadi



Gambar 5. Proses Pengiriman Produk Kepada Konseumen