

PENGUKURAN KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) (STUDI KASUS PADA TOKO SEPATU RAHMAD DANI BANYUWANGI)

Khoirul Anam

Akhmad Suharto¹, Haris Hermawan²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Jember, Jawa Timur, Indonesia

1. Abstrak

The purpose of this study was to find out the satisfaction of the community at (Shoes store Rahmad Dani Banyuwangi), as measured by the Customer Satisfaction Index (CSI). This research was conducted by distributing questionnaires to the community to 75 respondents. In the Customer Satisfaction Index (CSI) method to determine the overall level of satisfaction, the value obtained is 0.153 or 15.3% in the less satisfied category..

Keyword : *Customer Satisfaction Index (CSI), Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*

2. PENDAHULUAN

Pola hidup masyarakat di era globalisasi sekarang ini sangat penting bagi pengusaha untuk memuaskan para konsumen, laba dan rugi para pengusaha bisnis tergantung kepada banyak tidaknya para konsumen yang datang di toko sepatu Rahmad Dani, Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis atribut-atribut yang dapat mendukung adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Metode ini memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi (tidak hanya indeks kepuasan tetapi sekaligus memperoleh informasi yang berhubungan dengan dimensi/atribut yang perlu diperbaiki), mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang cukup tinggi. Menurut Suryawan dan Dharmayanti (2013), kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* (kinerja) produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapannya terlampaui. Tingkat

kepuasan konsumen tersebut dapat diukur dengan suatu metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Toko Sepatu Rahmad Dani merupakan salah satu usaha jasa yang berlokasi di Jl.KH.Wahid Hasyim Banyuwangi, Jawa Timur, yang menjual berbagai jenis produk sepatu kebutuhan sehari-hari yang cukup lengkap. Disana kita bisa menemukan bermacam alas kaki, mulai dari sandal, sepatu kets, sepatu high heels dan lain-lainnya. Toko sepatu Rahmad Dani ini sudah berjalan belasan tahun dan mempunyai 4 cabang yang berdiri di Gambiran Banyuwangi dan didaerah Yosomulyo Banyuwangi, di toko sepatu Rahmad Dani ini memiliki penghasilan yang lumayan besar.

a. Rumusan Masalah

Menurut Kotler (2008), yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Studi yang dilakukan (Refdilzon,2016) yang menjadi rujukan dalam penelitian ini, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari pembeli yang membeli jersey di UMKM Mirrors Sports. Studi yang dilakukan (Siti,2014) bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen di Trans Jogja menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*). Berdasarkan rujukan diatas peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengukur kepuasan konsumen toko sepatu Rahmad Dani di Banyuwangi menggunakan analisis CSI (*Customer Satisfaction Index*)?

b. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dirumuskan di atas, maka diharapkan penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dari hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan masukan dan dapat meninggalkan penjualan yang berguna bagi toko sepatu Rahmad Dani.

2. Bagi Almamater/pihak lain

Sebagai bahan acuan atau referensi bagi peneliti yang mengadakan penelitian dibidang yang sama.

3. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan pengalaman nyata dalam meneliti dan sebagai sarana meningkatnya daya pikir dan implementasi teori dalam bentuk nyata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi antara lain tentang kepuasan konsumen menggunakan metode CSI pada objek penelitian tertentu. Dari penelitian (Sanusi.2018) terdapat persamaan yaitu menggunakan metode CSI sedangkan perbedaannya terletak pada variable dan objek yang mana penelitian akan dilakukan di toko sepatu Rahmad Dani. Didalam peneliti Sanusi ini dilakukan untuk mengetahui pola kepuasan pada *E-Commerce Modal Business to Customer, e-commerce* yaitu suatu proses bisnis dimana penjual (produsen) berhadapan langsung dengan pembelinya, bisnis ini biasanya digunakan di kota yang memiliki koneksi perkembangan teknologi internet yang semakin pesat. Hasil yang didapat peneliti ini mencoba menyelesaikan permasalahan yang ada disini proses jual belinya kurang efisien karna bertemu langsung, jadi peneliti membuat sebuah website yang dianggap dapat lebih efisien. Sedangkan permasalahan yang ada di toko sepatu Rahmad Dani ini untuk menghitung kepuasan saja agar dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Publikasi jurnal ini dari jurnal informatika upgris Vol. 4, No. 1,

Dalam penelitian (Siti.2014) yang menjadi persamaan yang akan dilakukan yaitu, sama-sama menggunakan metode CSI Yang menjadi perbedaannya adalah menggunakan *gap analysis* sedangkan penelitian yang akan dilakukan hanya menggunakan metode CSI dipenelitian Ainun berfokus pada kualitas pelayanan tetapi penelitian yang akan dilakukan ini hanya berfokus pada kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dari Siti ini adalah sama-sama untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Sama-sama tidak mempunyai variable bebas dengan penelitian akan dilakukan, perbedaannya jurnal peneliti ini menggunakan penerapan CSI (*Customer Satisfaction Index*) pada kualitas pelayanan sedangkan yang akan dilakukan ini pengukuran kepuasan konsumen menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) jadi memiliki perbedaan yang sedikit dan juga penelitian ini dilakukan di Trans Jogja sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini di toko sepatu Rahmad Dani Banyuwangi. Publikasi ini didapat dari jurnal ilmiah Teknik Industri, Vol. 13, No. 2, Desember 2014.

Dalam penelitian (Refdilzon. 2016) terdapat 2 variabel bebas dan tidak bebas yaitu Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan, tingkat kinerja terdiri dari beberapa pertanyaan yaitu: Kinerja, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, Keandalan, Kesesuaian dengan spesifikasi, Daya tahan, Estetika, dan tingkat kepentingan terdiri dari kualitas dan harga. Hasil yang didapat dari peneliti ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas dan harga pada jersey di UKM *mirrors sport*. Pihak karyawan *mirrors sport* batam diharapkan mampu memperbaiki pelayanan yang diberikan ke pelanggan *mirrors sport*, berupa suasana dan bentuk serta kebersihan toko, karyawan toko berpenampilan bersih dan rapi dan bersikap

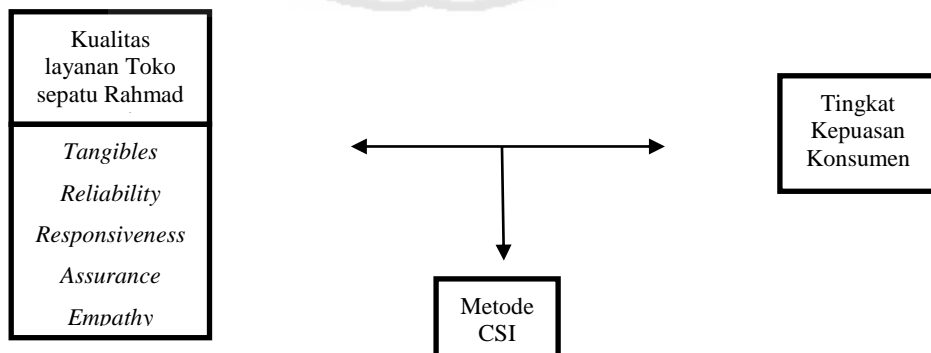
sopan. Publikasi jurnal ini di Februari 2018 Vol. 2, No. 1, sedangkan penelitian yang akan dilakukan ini memiliki persamaan yaitu menggunakan metode CSI. Mempunyai perbedaan dengan peneliti yang akan dilakukan ini tidak mempunyai variable bebas namun mempunyai variable terikat yang sama yaitu kepuasan konsumen.

2.2 Landasan Teori

Menurut Zeithaml-Parasuraman-Berry untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, ada indikator ukuran kepuasan konsumen yang terletak pada 5 dimensi kualitas pelayanan menurut apa yang dikatakan konsumen. Kelima dimensi servqual itu mencakup beberapa sub dimensi sebagai berikut :

- a. *Tangible* yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. *Emphaty* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian secara pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
- c. *Responsiveness* yaitu pegawai membantu para pelanggan dalam memberikan pelayanan yang baik.
- d. *Reliability* yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, handal dan memuaskan.
- e. *Assurance* yaitu memberikan layanan yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki oleh pegawai.

2.3 Kerangka Konseptual



Sumber: Zeithaml,dkk (1990)

a. Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index* (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, memotivasi karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan.

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, 2005):

- 1) Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variable.
- 2) Membuat *Weight Factors* (WF) per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variable.
- 3) Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut.
- 4) Membuat *Weight Score* (Wsk) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_k dengan MSS_k . Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$X \leq 64\%$	<i>Very poor</i>
$64\% < X \leq 71\%$	<i>Poor</i>
$71\% < X \leq 77\%$	<i>Cause for concern</i>
$77\% < X \leq 80\%$	<i>Borderline</i>
$80\% < X \leq 84\%$	<i>Good</i>
$84\% < X \leq 87\%$	<i>Very Good</i>
$87\% < X$	<i>Excellent</i>

Ket: X = Angka Indeks Kepuasan Pelanggan

Sumber: *Customer Satisfaction Measurement*, www.leadershipfactor.com

b. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pengukuran kepuasan konsumen menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*), Semakin pesatnya persaingan antar pengusaha dibidang industry maupun dibidang jasa membuat pelaku bisnis semakin berlomba lomba untuk memberikan kepuasan bagi para konsumennya begitu pula di toko sepatu Rahmad Dani ini memberikan pelayanan yang rendah hati. Dengan demikian kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dimana tingkat pelayanan yang dilakukan para karyawan toko harus lebih sopan kepada konsumen. Dengan adanya indikator *tangibles*, *Reliability*, *Responsivess*, *Assurance* dan *Empathy*, peneliti dapat mengetahui kepuasan konsumen menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*).

3. METODE PENELITIAN

a. Pengumpulan Data

1) Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan tiga metode. Pertama, metode interview adalah metode pengumpulan data dengan tanya jawab secara langsung dengan responden pengumpulan data yang lebih akurat sehubungan dengan masalah yang akan dibahas. Dan yang kedua yaitu kuesioner dan observasi. (Sugiyono, 2012)

b. Teknik Analisis Data

1) Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif merupakan alat analisis dengan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk menghitung atau memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif suatu kejadian terhadap kejadian.

2) Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengetahui sah atau validnya tidak suatu kuisisioner, suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2009). Mengukur validitas dapat digunakan dengan cara melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor pertanyaan dengan skor total menunjukkan hasil yang signifikan atau kurang $\alpha = 0.05$ maka kuisisioner dinyatakan valid. Perhitungan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS.

3) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil diukur sekali saja. Untuk mengetahui apakah suatu variabel reliabel atau tidak digunakan

c. Teknik Pengambilan Sampel

1) Populasi

Menurut Sugiyono (2008) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli dan memutuskan menjadi pelanggan tetap Toko Sepatu Rahmad Dani.

1) Sampel

Pada penelitian ini, populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui. Penentuan jumlah sampel menurut Kuncoro (2009), yang memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah tergantung pada jumlah variabel dikalikan 15 sampai 20.

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Variabel} \times \text{Jumlah Indikator} \\ &= 5 \times 15 \\ &= 75 \text{ responden}\end{aligned}$$

Berdasarkan uraian yang dimaksud diatas, penelitian mengambil sampel sebanyak 75 responden yang akan menggunakan jasa pelayanan Toko Sepatu Rahmad Dani.

d. Desain Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yakni suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu situasi kondisi, suatu sistem pemikiran. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat gambaran deskripsi atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

4. Hasil Dan Pembahasan *Customer Satisfaction Index*

1. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

763.72

$$\text{CSI} = \frac{\quad}{\quad} \times 100\%$$

5

$$\text{CSI} = 153\%$$

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang sangat puas pada metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang telah dilakukan diperoleh nilai *Weigh Total* sebesar 763.72 maka, hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebesar 0,76 atau 76%. Indeks kepuasan tersebut berada pada kriteria $71\% < x < 80\%$ yang berarti secara menyeluruh yang datang pada Toko Sepatu Rahmad Dani merasa sangat puas berdasarkan variabel

indikator dan variabel dimensi layanan terhadap kualitas pelayanan di Toko Sepatu Rahmad Dani Banyuwangi. Dalam penelitian (Syukril, 2014) hasil dari metode CSI 153% maka dalam kategori sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja Toko Sepatu Rahmad Dani Banyuwangi sudah berada diatas harapan masyarakat.

Dalam penelitian hasil menunjukkan sangat puas dapat dilihat dari 5 dimensi sebagai berikut :

a. *Tangible*

Pada toko Sepatu Rahmad Dani pada variabel *tangibles* bernilai baik. Menurut Zeithaml (1998). *Tangibles* (kualitas pelayanan yang berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi, ruang tunggu dan lain -lain). Dimensi ini berkaitan dengan kemodernan fasilitas yang digunakan. Kerapian karyawan serta peralatan penunjang (*pamphlet atau flow chart*). Penelitian terdahulu (Syukri,2014) bahwa dimensi *tangibles* hasil yang diperoleh baik, karena fasilitas yang disediakan sesuai dengan harapan masyarakat.

b. *Reliability*

Pada toko Sepatu Rahmad Dani pada variabel *Reliability* bernilai baik. Menurut Zeithaml (1998), *Reliability* (kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya). Dimensi ini berkaitan dengan menyelesaikan sesuatu seperti yang diinginkan, penanganan keluhan konsumen, kinerja pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan. Dalam penelitian terdahulu (Syukri,2014) bahwa dimensi *Reliability* hasil yang diperoleh baik, karena pelayanan karyawan toko sepatu Rahmad dani yang rendah hati. Dan pesenan yang telah dijanjikan karyawan kepada konsumen harus selalu tepat waktu.

c. *Responsiveness*

Pada toko Sepatu Rahmad Dani pada variabel *Responsiveness* bernilai sangat baik. Menurut Zeithaml (1998), *Responsiveness* (kesanggupan membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat, serta tanggap terhadap keinginan konsumen). Dimensi *Responsiveness* mencakup anantara lain: pemberitahuan karyawan kepada konsumen tentang pelayanan yang diberikan, pemberian pelayanan dengan cepat. Dalam peneliti (Refdilzon.2016) penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan dan yang dihasilkan cukup puas, karna kurang baiknya pelayanan di *mirrors sport*, dan diharapkan dapat mampu memperbaiki pelayanan yang diberikan pelanggan *mirror sport*. Maka di toko Sepatu Rahmad Dani harus mempertahankan kualitas pelayanannya agar tetap mempunyai pelanggan yang banyak.

d. *Assurance*

Hasil dari dimensi *assurance* menunjukkan bahwa bernilai baik. Menurut Zeithaml (1998), *Assurance* (kemampuan dan keramahan serta sopan santun karyawan dalam meyakinkan kepercayaan konsumen). Dimensi *Assurance* berkaitan dengan perilaku karyawan yang tetap percaya diri pada konsumen, perasaan aman

konsumen dan kemampuan untuk menjawab pertanyaan konsumen. Dalam penelitian (Syukri,2014) hasil dari dimensi ini baik. Karena kesopanan karyawan melayani konsumen sangat baik. Maka dari itu ditoko Sepatu Rahmad Dani harus lebih memanfaatkan pelayanan yang baik yang sopan dan tetap rendah hati.

e. *Empathy*

Hasil dari dimensi *empathy* menunjukkan bahwa pada Toko Sepatu Rahmad Dani pada variabel *empathy* bernilai baik. Menurut Zeithaml (1998), *Empathy* (sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap konsumen). Dimensi ini antara lain : pemberian perhatian individual kepada konsumen, ketepatan waktu pelayanan bagi semua konsumen, Menurut (Redfilzon.2016) hasil dimensi *empathy* menurut pelanggan cukup puas, tingkat kualitas pelayanan dimirror sport masih kurang baik. Di toko Sepatu Rahmad Dani harus memberikan pelayanan yang diperlukan oleh konsumen dan memberikan perhatian pada konsumennya.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Toko Sepatu Rahmad Dani Banyuwangi , didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh, dan diperoleh nilai *Custome Satisfaction Index* (CSI) sebesar 0,153 atau 153%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pengunjung merasa sangat puas berdasarkan variabel-variabel indikator pada layanan Toko Sepatu Rahmad Dani.

b. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang mungkin dapat membantu Toko Sepatu Rahmad Dani Banyuwangi dalam kualitas pelayanan , antara lain :

1. Dalam melakukan pelayanan kedepannya harus lebih cepat dan bisa diandalkan untuk melayani pelanggan dengan rendah hati dan sabar. Bila memberikan janji untuk melakukan sesuatu pada waktu yang dijanjikan harus selalu ditepati oleh karyawan Toko Sepatu Rahmad Dani dan menunjukan sikap simpatik pada masyarakat jika memiliki masalah pada pemilihan model sepatu.
2. Agar fasilitas toko sepatu Rahmad Dani dan kualitasnya tetap terjaga, mulai dari fasilitas yang digunakanya yaitu kerapian pegawai, parkir yang tertata dan lebih optimalkan lagi keamanan bagi masyarakat saat ditinggal memilih sepatu.

3. Dalam melakukan pelayanan sikap yang ditunjukkan oleh pegawai harus lebih ramah dan sopan. Memberikan informasi yang sesuai apa adanya di toko sepatu Rahmad Dani Banyuwangi.

PENUTUP

Dalam penelitian skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, serta kerja sama berbagai pihak. Oleh karena itu tidak lupa peneliti menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Allah SWT, atas anugerah dan rahmat-Nya yang telah diberikan kepada peneliti.
2. Bapak Drs.Akhmad Suharto,Mp selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran.
3. Bapak Haris Hermawan, SE. MM.Akun selaku dosen pembimbing 2 yang telah menyediakan waktu untuk memberikan saran dan bimbingannya.

Ayah dan Ibu tercinta, beserta seluruh keluargaku yang selama ini senantiasa membimbing dan memberi dorongan semangat serta dukungan spiritual, terima kasih atas semuanya

6. DAFTAR PUSTAKA

Kotler, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid1. Erlangga:Yogyakarta.

Kuncoro, 2009, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Edisi II. AMP YKPN: Yogyakarta.

Parasuraman,et al.,1998, *Mengukur Kepuasan Konsumen Terhadap Harapan Pasien*. Jurnal Vol. 4, No.2, Malang. Phillip, 2007, *Manajemen Pemasaran*. Indeks: Jakarta.

Redfieldzon et al, 2016, *Daya Tahan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Dan Harga*: Tanjung Sengkuang, Vol. 2, No. 1.

Sanusi et al, 2018, *Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business To Customer*: Yogyakarta, Vol. 4, No.1

Siti Husna et al, 2014, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas*: Bogor, Vol. 24, No. 1.

Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta: Bandung.

Suryawan,S dan Dharmayanti,D. 2013, Analisa Hubungan Antara *Experiential Marketing, Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* Café Nona Manis *Grand City Mall*. Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran,Vol. 2, No. 3.



