

# Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Jaringan Internet dengan Menggunakan Metode Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT Eka Mas Republik Bandung

Jamaludin Sidik, Muhardi Muhardi, Rabiatul Adwiyah  
 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Islam Bandung  
 Bandung, Indonesia  
 jamalludinsidik27@gmail.com

**Abstract**—This study aims to determine the quality of internet network services provided by PT Eka Mas Republik to the customers and determine which attributes need to be prioritized for improvement or repair. This study uses the Kano diagram method by distributing functional and dysfunctional questionnaires to 100 customers of PT Eka Mas Republik. The results show that the service quality of PT Eka Mas Republik is currently not optimal, based on the Kano diagram method, each indicator has a different service category, there are 18 attributes in category M (Must Be), 6 attributes in category A (Attractive), and 3 attributes in category O (One-Dimensional).

**Keywords**—Services, Internet Network, Kano Diagram

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa jaringan internet yang diberikan oleh PT Eka Mas Republik kepada para pelanggannya dan menentukan atribut-atribut mana saja yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan atau diperbaiki. Penelitian ini menggunakan metode diagram Kano dengan menyebarkan kuesioner Functional dan dysfunctional kepada 100 pelanggan PT Eka Mas Republik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT Eka Mas Republik saat ini belum optimal, berdasarkan metode diagram Kano masing-masing indikator memiliki kategori pelayanan yang berbeda, terdapat 18 atribut pada kategori M (Must Be), 6 atribut pada kategori A (Attractive), dan 3 atribut pada kategori O (One-Dimensional).

**Kata Kunci**—Pelayanan Jasa, Jaringan Internet, Diagram Kano

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan infrastruktur saat ini memberikan manfaat yang begitu besar terhadap manusia yaitu menjadi pendukung perkembangan kegiatan ekonomi masyarakat seperti, moda transportasi, distribusi barang dan jasa. Selain itu, pembangunan infrastruktur saat ini dapat memberikan pengaruh besar terhadap kota salah satunya yaitu dalam mengakses layanan internet.

Jawa Barat menjadi provinsi dengan pengguna internet terbesar di Indonesia. Pada tahun 2018 kontribusinya mencapai 16% dari total pengguna 171,7 juta jiwa. Kota

Bandung merupakan salah satu kota yang terdapat di Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi yang tinggi dalam penggunaan penyedia internet atau disebut juga Internet Service Provider (ISP).

Kebutuhan masyarakat dalam menggunakan jasa internet menyebabkan persaingan antar perusahaan jasa penyedia internet semakin ketat, baik melalui harga maupun kualitas produk dan yang paling penting adalah kualitas pelayanan yang baik dan maksimal dengan tujuan untuk menarik minat konsumen agar menggunakan produk mereka.

Menurut Suharyanta & A'yunin (2011), penilaian tentang kualitas pelayanan dapat berbeda-beda bagi setiap orang yang mengakibatkan terjadi subjektivitas dari penilai. Hal yang membuat pengukuran terhadap kualitas pelayanan sulit untuk diukur dikarenakan tidak ada ukuran yang pas yang dapat menyamakan persepsi orang terhadap kualitas pelayanan sehingga pengukuran terhadap derajat kepuasan pelayanan terkadang kurang akurat, ambigu, tidak presisi dan cenderung subjektif. Salah satu metode pendekatan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan adalah konsep Kano.

Metode Kano yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengkategorikan atribut baik berupa produk atau jasa berdasarkan tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh masing-masing atribut. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan satu variable yaitu kualitas pelayanan, yang terdiri dari 10 dimensi yaitu: *Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Tangibles, Security* dan *Understanding Costumer*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh pihak PT. Eka Mas Republik Bandung.

PT Eka Mas Republik (MyRepublic) merupakan salah satu perusahaan di bidang jasa yakni sebagai penyedia internet yang memiliki kecepatan tinggi dan belum lama berdiri Indonesia. PT Eka Mas Republik yang resmi berdiri sejak 9 September 2015 merupakan perusahaan penyedia layanan fiber broadband internet dengan kecepatan internet tertinggi di Indonesia hingga 300 Mbps dengan teknologi

terkini yaitu Fiber to the Home. Sebagai anak usaha dari Sinar Mas Group, memiliki end-to-end infrastruktur yang di dukung oleh berbagai unit bisnis Sinar Mas lainnya. Dukungan ini memungkinkan memperluas layanannya dengan cepat dan langsung ke beragam kota besar di Indonesia. Hingga saat ini PT Eka Mas Republik memiliki 11 kantor cabang yang tersebar di kota-kota besar yaitu Bandung, Depok, Cibubur, Tangerang, Bogor, Malang, Palembang, Bekasi, Jakarta, Semarang, dan Surabaya dengan kantor pusat di Jakarta.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka dapat ditarik beberapa identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan jasa jaringan internet pada PT. Eka Mas Republik saat ini?
2. Bagaimana kualitas pelayanan jasa jaringan internet diukur dengan menggunakan metode Kano untuk memaksimalkan kualitas pelayan pada PT. Eka Mas Republik?

## II. LANDASAN TEORI

### A. Manajemen Kualitas

Menurut Ibrahim (2016), manajemen kualitas adalah sistem yang menjadikan kualitas sebagai strategi usaha dalam perusahaan dengan tujuan untuk memastikan pelanggan puas terhadap barang dan jasa yang ditawarkan serta menjamin tidak ada pihak manapun yang dirugikan dengan adanya barang dan jasa tersebut.

### B. Model Kano

Model Kano merupakan model yang bertujuan untuk mengklasifikasikan atribut-atribut yang terdapat pada suatu barang maupun jasa dengan melihat seberapa baik barang maupun jasa tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Muqaffi & Nurhusna, 2019).

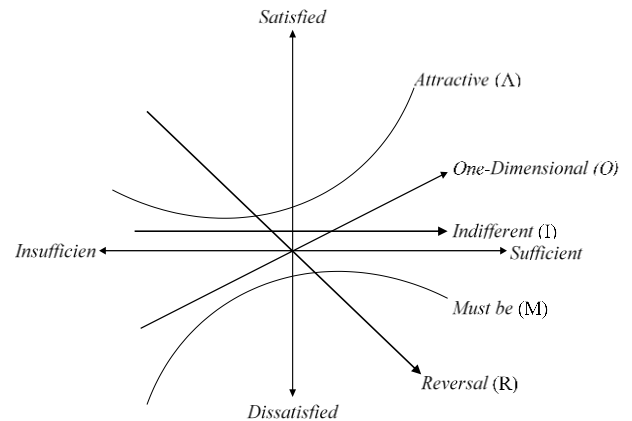
Menurut Tseng (2020), Model Kano memiliki atribut-atribut layanan sebagai berikut:

1. **Must Be**  
Konsumen akan sangat tidak puas jika atribut ini tidak terpenuhi. Atribut ini adalah kriteria dasar sebuah barang maupun jasa dan tingkat kualitas minimal tertentu untuk barang maupun jasa harus dipenuhi oleh perusahaan.
2. **One-Dimensional**  
Kepuasan konsumen sebanding tingkatannya dengan tingkat pemenuhan atribut ini. Atribut One-Dimensional biasanya diungkapkan dengan jelas oleh konsumen.
3. **Attractive**  
Memenuhi atribut kualitas ini menyebabkan peningkatan lebih dari kepuasan proporsional. Jika tidak dipenuhi, hal tersebut tidak akan menyebabkan ketidakpuasan. Atribut Attractive sulit untuk diidentifikasi karena tersembunyi dan tidak diharapkan oleh konsumen.
4. **Indifferent**  
Konsumen tidak peduli dengan pemenuhan atribut ini. Oleh karena itu, ada atau tidaknya atribut ini tidak akan mempengaruhi kepuasan konsumen.
5. **Questionable**

Konsumen menyukai pada saat barang maupun jasa fungsional dan disfungsional. Biasanya, konsumen akan memilih pernyataan suka pada kategori fungsional dan disfungsional. Namun, konsumen juga dapat memilih tidak suka pada kategori fungsional dan disfungsional.

### 6. Reversal

Konsumen tidak menginginkan atribut ini, karena jika barang maupun jasa memiliki atribut ini maka konsumen tidak akan puas.



Gambar 1. Diagram Kano

Analisis Model Kano dapat membantu untuk menentukan kategori yang menjadi kebutuhan dari pelanggan. Dengan menentukan kategori kebutuhan tersebut, maka dapat membantu dalam membuat konsep barang dan jasa yang berkualitas dan bisa berfokus pada atribut performance dan excitement supaya pelanggan memperoleh kepuasan tinggi. Analisis Model Kano juga bermanfaat dalam menganalisa tingkat persaingan barang dan jasa perusahaan dengan pesaing. Apakah fitur-fitur sudah cukup unggul atau masih dibawah standar. Menemukan dan memenuhi kategori Attractive akan menciptakan kemungkinan besar untuk membedakan produk-produk perusahaan pesaingnya.

Langkah-langkah dalam pengukuran kualitas pelayanan dengan metode Kano yang sudah diadaptasikan dengan dimensi Servqual adalah sebagai berikut (Wijaya 2011:161):

1. **Identifikasi atribut**  
Hal ini dilakukan dengan melakukan pengelompokan berdasarkan dimensi Servqual. Dari atribut-atribut itu, disusun pra-kuesioner yang dikelompokkan menurut dimensi Servqual.
2. **Kuesioner**  
Dilakukan dengan penyusunan kuesioner sebagai contoh kuesioner yang digunakan untuk menentukan preferensi konsumen.
3. **Mengklasifikasikan atribut**  
Berikut adalah langkah dalam mengklasifikasikan atribut:
  - a. Menentukan atribut setiap responden.
  - b. Menghitung jumlah atribut.
  - c. Menghitung jumlah masing-masing kategori Kano dalam setiap atribut.
  - d. Menentukan kategori Kano dengan menggunakan Blauth Formula:

- a) Jika (One-Dimensional + Attractive + Must be) > (Indifferent + Reversal + Questionable), maka grade yang diperoleh adalah nilai yang paling maksimum pada kategori One-Dimensional, Attractive, dan Must be.
- b) Jika (One-Dimensional + Attractive + Must be) < (Indifferent + Reverse + Questionable), maka grade yang diperoleh adalah nilai yang paling maksimum pada kategori Indifferent, Reversal, dan Questionable.

Perhitungan koefisien pelanggan (CS-Coefficient) dapat digunakan untuk menentukan kategori Kano dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I}$$

Keterangan:

- M : Must Be
- O : One-Dimensional
- A : Attractive
- I : Indifferent

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

TABEL 1. EVALUASI KANO

Kebutuhan Konsumen			Dysfunctional				
			1	2	3	4	5
			Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
Functional	1	Suka	Q	A	A	A	O
	2	Harap	R	I	I	I	M
	3	Netral	R	I	I	I	M
	4	Toleransi	R	I	I	I	M
	5	Tidak Suka	R	R	R	R	Q

(Sumber: Sumaryono, 2013)

TABEL 2. RESUME DARI ATRIBUT LAYANAN PADA METODE DIAGRAM KANO

No	Atribut Layanan	Kategori Kano
<b>Kehandalan (Reliability)</b>		
1	Pembayaran dapat dilakukan melalui beberapa metode ( <i>offline</i> dan <i>online</i> )	A
2	Harga yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	A
3	Pelayanan yang diberikan tepat waktu	A
4	Paket <i>MyRepublic</i> memberikan kecepatan sinyal digital ( <i>upload</i> dan <i>download</i> )	A
5	Paket <i>MyRepublic</i> memberikan kestabilan dan kekuatan jaringan	O
<b>Daya Tangkap (Responsiveness)</b>		
6	Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	M
7	Karyawan memberikan informasi yang akurat	A
8	Teknisi memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam proses instalasi	M
<b>Kompetensi (Competence)</b>		
9	Karyawan terampil dalam memberikan pelayanan	M
10	Karyawan profesional dalam bekerja	A
11	Karyawan memiliki pengetahuan yang baik mengenai <i>MyRepublic</i>	A
<b>Akses (Access)</b>		
12	<i>MyRepublic</i> berada di lokasi yang strategis	M
13	Lokasi <i>MyRepublic</i> mudah dijangkau dengan kendaraan umum	M
14	<i>Call center MyRepublic</i> mudah dihubungi	M
<b>Kesopanan (Courtesy)</b>		
15	Karyawan bersikap ramah saat berinteraksi dengan pelanggan	M
16	Karyawan selalu memberikan 3s (senyum, sapa, salam) kepada pelanggan	M
<b>Komunikasi (Communication)</b>		
17	Karyawan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik kepada pelanggan	M
18	Karyawan selalu memberikan informasi terbaru mengenai <i>MyRepublic</i> kepada pelanggan	M
<b>Kredibilitas (Credibility)</b>		
19	<i>MyRepublic</i> menerapkan kejujuran dalam memberikan pelayanan	M
20	PT Eka Mas Republik memiliki penilaian yang baik dimata umum khususnya pelanggan <i>MyRepublic</i>	M
<b>Bukti Fisik (Tangible)</b>		
21	Gedung <i>MyRepublic</i> selalu dalam keadaan bersih dan nyaman	M
22	Tersedianya fasilitas pendukung (mesin antrian, meja <i>customer service</i> , dan kasir)	O
23	Karyawan selalu berpenampilan rapih	M
24	Area parkir yang disediakan luas	M
25	Perangkat <i>MyRepublic</i> yang diberikan selalu dalam keadaan yang baik dan baru	M
<b>Keamanan (Security)</b>		
26	<i>MyRepublic</i> memberikan keamanan dan kenyamanan saat proses pembayaran	M
27	Pelanggan merasa aman saat teknisi datang ke rumah untuk memberikan pelayanan	M
<b>Memahami Kebutuhan Pelanggan (Understanding Customer)</b>		
28	Karyawan mampu memahami kebutuhan yang diperlukan pelanggan	O
29	Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada kepentingan pelanggan	A

(Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2020)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan hasil klasifikasi responden terhadap pelayanan PT. Eka Mas Republik (*MyRepublic*) menggunakan kategori Kano. Hasil yang diperoleh adalah 18 atribut yang terdiri dari atribut 6, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, dan 27 merupakan kategori M (Must-Be), 8 atribut yang terdiri dari atribut 1, 2, 3, 4, 7, 10, 11, dan 29 merupakan kategori A (Attractive), dan 3 atribut yang terdiri dari atribut 5, 22, dan 28 merupakan kategori O (One-Dimensional).

Langkah selanjutnya, penulis melakukan perhitungan Better dan Worse.

TABEL 3. HASIL ANALISIS ATRIBUT LAYANAN MENGGUNAKAN KANO DIAGRAM PERHITUNGAN BETTER DAN WORSE

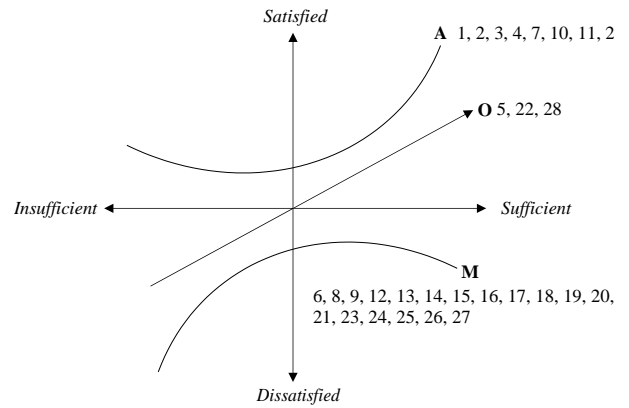
Atribut	A	M	O	I	Q	R	Total	Grade	Better	Worse
1	45	5	2	33	7	8	100	A	0.55	0.08
2	31	18	7	27	0	17	100	A	0.46	0.30
3	40	11	1	30	12	6	100	A	0.50	0.15
4	25	24	4	24	4	19	100	A	0.38	0.36
5	7	12	32	24	10	15	100	O	0.52	0.59
6	1	40	10	24	14	11	100	M	0.15	0.67
7	38	31	0	15	10	6	100	A	0.45	0.37
8	13	45	7	9	7	19	100	M	0.27	0.70
9	3	45	10	13	16	13	100	M	0.18	0.77
10	34	21	23	14	2	6	100	A	0.62	0.48
11	25	20	6	17	8	24	100	A	0.46	0.38
12	9	32	13	22	10	14	100	M	0.29	0.59
13	4	41	9	20	15	11	100	M	0.18	0.68
14	2	43	6	29	17	3	100	M	0.10	0.61
15	3	43	6	31	8	9	100	M	0.11	0.59
16	9	43	0	20	10	18	100	M	0.13	0.60
17	6	51	0	25	7	11	100	M	0.07	0.62
18	3	49	3	24	17	4	100	M	0.08	0.66
19	0	65	0	22	13	0	100	M	0.00	0.75
20	4	52	15	14	9	6	100	M	0.22	0.79
21	0	50	3	17	13	17	100	M	0.04	0.76
22	6	36	42	13	3	0	100	O	0.49	0.80
23	0	59	4	21	9	7	100	M	0.05	0.75
24	0	55	7	6	13	19	100	M	0.10	0.91
25	0	57	7	18	10	8	100	M	0.09	0.78
26	4	54	0	11	22	9	100	M	0.06	0.78
27	8	45	12	29	3	3	100	M	0.21	0.61
28	0	27	34	30	3	6	100	O	0.37	0.67
29	40	23	5	23	3	6	100	A	0.49	0.31

(Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2020)

Tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan atribut pelayanan dengan menggunakan metode Kano untuk mengetahui Better. Berdasarkan tabel tersebut, nilai Better yang tertinggi adalah atribut ke-10, yaitu “Karyawan professional dalam bekerja” dengan nilai sebesar 0.62. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan berada di tingkat kepuasan yang terbaik terhadap pelayanan tersebut dibandingkan dengan atribut pelayanan yang lainnya. Maka, nilai kepuasan akan meningkat dengan adanya atribut tersebut.

Tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan atribut pelayanan dengan menggunakan metode Kano untuk mengetahui Worse. Berdasarkan tabel tersebut nilai Worse yang tertinggi adalah atribut ke-24, yaitu “Area parkir yang disediakan luas” dengan nilai sebesar 0.91. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan berada di tingkat kepuasan yang terburuk terhadap pelayanan tersebut dibandingkan dengan atribut pelayanan yang lainnya. Maka, nilai kepuasan akan menurun dengan adanya atribut tersebut.

Hasil penelitian di atas tidak sejalan dengan penelitian Martela & Hopen (2019) karena objek, lokasi, tahun, dan hasil penelitian yang digunakan berbeda serta hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kategori I (Indifferent) yang mendominasi sedangkan pada penelitian ini objek yang digunakan adalah Broadband serta hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kategori M (Must Be) yang mendominasi, artinya perlu beberapa perbaikan pada atribut-atribut yang termasuk dalam kategori M (Must Be) agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.



Gambar 4. 33 Hasil Diagram Kano

(Sumber: Data Diolah Oleh Penulis, 2020)

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada PT. Eka Mas Republik, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara keseluruhan, PT Eka Mas Republik belum maksimal dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan oleh hasil nilai better dan worse tertinggi masing-masing pada atribut ke-10 dan ke-24 sebesar 0.62 dan 0.91.
2. Pada kategori M (must be) terdapat 18 atribut yang perlu diperhatikan atau diperbaiki, karena atribut tersebut berada pada kategori Must be, atribut-atribut tersebut yaitu: Karyawan cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, Teknisi memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam proses instalasi, Karyawan terampil dalam memberikan pelayanan, MyRepublic berada di lokasi yang strategis, Lokasi MyRepublic mudah dijangkau dengan kendaraan umum, Call center MyRepublic mudah dihubungi, Karyawan bersikap ramah saat berinteraksi dengan pelanggan, Karyawan selalu memberikan 3s (senyum, sapa, salam) kepada pelanggan, Karyawan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik kepada pelanggan, Karyawan selalu memberikan informasi terbaru mengenai MyRepublic kepada pelanggan, MyRepublic menerapkan kejujuran dalam memberikan pelayanan, PT Eka Mas Republik memiliki penilaian yang baik dimata umum khususnya pelanggan PT. Eka Mas Republik, Gedung MyRepublic selalu dalam keadaan bersih dan nyaman, Karyawan selalu berpenampilan rapih, Area parkir yang disediakan luas, Perangkat MyRepublic yang diberikan selalu dalam keadaan yang baik dan baru, MyRepublic memberikan keamanan dan kenyamanan saat proses pembayaran, dan Pelanggan merasa aman saat teknisi datang ke rumah untuk memberikan pelayanan. Serta nilai better dan worse tertinggi masing-masing 0.29 dan 0.91 pada atribut ke-12 dan ke-24.
3. Pada kategori A (attractive) terdapat 8 atribut

dipertahankan, karena berada pada kategori attractive, kategori tersebut yaitu: Pembayaran dapat dilakukan melalui beberapa metode (offline dan online), Harga yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, Pelayanan yang diberikan tepat waktu, Paket MyRepublic memberikan kecepatan sinyal digital (upload dan download), Karyawan memberikan informasi yang akurat, Karyawan professional dalam bekerja, Karyawan memiliki pengetahuan yang baik mengenai MyRepublic, dan Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada kepentingan pelanggan. Serta nilai better dan worse tertinggi masing-masing 0.62 dan 0.48 pada atribut ke-10 dan ke-10.

4. Pada kategori O (one-dimensional) terdapat 3 atribut, diantaranya terdapat yang termasuk ke dalam kategori one-dimensional Better, yaitu: Paket MyRepublic memberikan kestabilan dan kekuatan jaringan, Tersedianya fasilitas pendukung (mesin antrian, meja customer service, dan kasir), dan Karyawan mampu memahami kebutuhan yang diperlukan pelanggan. Serta nilai better dan worse tertinggi masing-masing 0.52 dan 0.80 pada atribut ke-5 dan ke-22.

## V. SARAN

Adapun beberapa saran untuk penelitian ini penulis berikan kepada:

1. Saran untuk metode Kano yaitu pada kategori M (must be) terdapat 18 atribut ketidakpuasan, namun atribut harus tetap ada dan menjadi kebutuhan PT. Eka Mas Republik untuk tetap menjaga kepuasan pelanggan karena di dalam kategori must be kepuasan pelanggan akan menurun jika atribut tersebut kurang baik, oleh karena itu diperlukannya peningkatan atau perbaikan kualitas untuk ke 18 atribut tersebut.
2. Untuk pihak PT. Eka Mas Republik disarankan agar meningkatkan kualitas pelayanannya yang dilakukan oleh karyawan serta teknisi terhadap para konsumen dan mengadakan pelatihan untuk para karyawan serta teknisi dalam melayani konsumen.
3. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar menambahkan metode, dimensi, atribut, serta cakupan objek yang lebih luas. Peneliti selanjutnya juga disarankan membuat item-item kuesioner yang lebih spesifik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] APJII. (2018). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia.
- [2] Dr. Akhmad, S.E., M. S. (2018). Manajemen Operasi (Teori dan Aplikasi dalam Dunia Bisnis). Bogor: Azkiya Publishing.
- [3] Hadinata, Refrian & Achmadi, Fuad. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Pendekatan Metode Kano. Centive.
- [4] Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management. In Pearson (Vol. 19). United States of America: Pearson.

- [5] Hitt, M. A., Xu, K., & Carnes, C. M. (2016). Resource Based Theory in Operations Management Research. *Journal of Operations Management*, 41, 77-94.
- [6] Huda, M., Santoso, H. B., & Rahayuningsih, S. (2017). Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Menggunakan Metode Kano Di Perpustakaan Universitas Kadiri. *Jati Unik*, 1(1), 30-39.
- [7] Ibrahim, A. (2016). Analisis Implementasi Manajemen Kualitas dari Kinerja Operasional pada Industri Ekstraktif di Sulawesi Utara (Studi Komparasi pada Pertanian, Perikanan, dan Peternakan). *Emba*, 4 (2), 859-869.
- [8] Irwan, & Haryono, D. (2015). Pengendalian Kualitas Statistik. Bandung: Alfabeta.
- [9] Maatita, Y., & V. O. Lawalata. (2017). Penerapan Kano Model dalam Proses Pengambilan Kepuasan Penyediaan Fasilitas dan Alternatif Bisnis Rumah
- [10] Materla, T., Cudney, E. A., & Hopen, D. (2019). Evaluating Factors Affecting Patient Satisfaction Using The Kano Model. *International Journal of Health Care Quality Assurance*.
- [11] Muh. Rezky Naim, S.E., M., & Asma, S.Pd., M. P. (2019). Pengantar Manajemen. Pasuruan: Qiara Media.
- [12] Muqaffi, M. S., & Nurhusna, G. A. (2019). Integrasi Model Kano dan Uji Usabilitas Sebagai Pengembangan Desain Produk Gantungan Pakaian. *Seminar Nasional IENACO*, (2014).
- [13] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1998). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- [14] Praditya, D. (2018). Provider Internet Kabel di Indonesia. *Tech in Asia*.
- [15] Reid, R., & Sanders, N. (2016). *Operations Management: An Integrated Approach*. New York: John Wiley & Sons.
- [16] Rusdiana, H., & Moh Ali Ramdhani, P. H. (2014). *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [17] Rusdiana, Moh Ali Ramdhani, & Guru Besar UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Sistem Informasi Manajemen*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- [18] Setiawan, L., & Alriani, I. M. (2018). Analisis Pengendalian Proses Produksi dengan Metode Statistical Quality Control pada PT Estwind Mandiri Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, (44).
- [19] Sohn, Jea-Il., Woo, Su-Han., & Kim, Taek-Won. (2017). Assessment of Logistics Service Quality Using the Kano Model in A Logistics Triadic Relationship. *International Journal of Logistics Management*.
- [20] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [21] Suharyanta, D., & A'yunin. (2011). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Fuzzy Di Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum. *Kesmas*.
- [22] Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- [23] Tseng, C. C. (2020). An IPA-Kano Model for Classifying And Diagnosing Airport Service Attributes. *Research in Transportation Business & Management*, (March), 100499.
- [24] <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2020.100499>
- [25] Worldmeters. (2020). Jumlah Penduduk.
- [26] Wulele, F. P., Bake, J., & Kambolong, M. (2020). Analisis Manajemen Operasi pada Perusahaan Daerah Pasar Kota Kendari. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 5 (1), 213-227.