

# Analisis Kualitas Pelayanan Jasa *Coffee Shop* dengan Menggunakan Model Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Rizki Amalia Dewi, Tasya Aspiranti  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Bandung  
Bandung, Indonesia  
rizkiamalia dewii@gmail.com, ad\_tasya@yahoo.com

**Abstract**—In the city of Bandung, a culinary business that is growing rapidly and is increasingly favored by the general public to young people is the Coffee Shop. Upnormal Coffee Roasters Global Project is one of the Coffee Shops in the city of Bandung that offers a variety of coffee menu variants accompanied by various typical Warunk Upnormal food menus at affordable prices and provides a complete range of services to meet consumer needs. This study aims to determine how the services provided and measure the service quality of Upnormal Coffee Roasters Global Project and determine the attributes that need to be prioritized to be improved in increasing customer satisfaction. The method used in this study is the Kano Model. The results obtained from this study are based on the calculation of the Kano Model for the Must-be category, there are 2 attributes that are required to exist and become a necessity in the service. For the One-dimensional category, there are 20 attributes that must be improved and their performance should not decrease. And for the Attractive category, there are 2 attributes that must be improved and maintained.

**Keywords**—Service Quality, Consumer Satisfaction, Kano Model, Coffee Shop

**Abstrak**— Di Kota Bandung usaha kuliner yang semakin berkembang pesat dan kian digemari oleh masyarakat umum hingga anak muda adalah Coffee Shop. Upnormal Coffee Roasters Global Project merupakan salah satu Coffee Shop di Kota Bandung yang menawarkan varian menu kopi yang beragam disertai aneka menu makanan khas Warunk Upnormal dengan harga yang terjangkau dan memberikan berbagai pelayanan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan dan mengukur kualitas pelayanan Upnormal Coffee Roasters Global Project serta menentukan atribut-atribut yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Kano. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu berdasarkan perhitungan Model Kano untuk kategori Must-be terdapat 2 atribut yang diharuskan tetap ada dan menjadi kebutuhan dalam pelayanan. Untuk kategori One-dimensional terdapat 20 atribut yang harus ditingkatkan dan jangan sampai menurun performanya. Dan untuk kategori Attractive terdapat 2 atribut yang harus ditingkatkan dan dipertahankan performanya.

**Kata Kunci**—Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Model Kano, Coffee Shop

## I. PENDAHULUAN

Kota Bandung terkenal dengan banyaknya potensi wisata kuliner dengan ragam kreasi yang menarik. Didukung dengan pangsa pasar yang luas, membuat wisata kuliner mampu berperan penting dalam pertumbuhan perekonomian di Kota Bandung. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2020), peranan wisata kuliner terhadap perekonomian adalah sebesar 4.93%. Selama beberapa tahun terakhir banyak jenis usaha kuliner baru yang terus bermunculan. Di Kota Bandung usaha kuliner yang kian digemari oleh masyarakat umum hingga anak muda adalah Coffee Shop.

Coffee shop sudah menjadi gaya hidup bagi masyarakat umum dan anak muda sebagai tempat untuk menikmati suasana serta pelayanan yang diberikan. Upnormal Coffee Roasters Global Project merupakan salah satu Coffee Shop di Kota Bandung yang menawarkan varian menu kopi yang beragam disertai aneka menu makanan khas Warunk Upnormal dengan harga yang terjangkau dan memberikan berbagai pelayanan yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Banyaknya konsumen yang datang berkunjung membuat suasana menjadi lebih ramai dan memunculkan berbagai permasalahan. Upnormal Coffee Roasters Global Project mendapatkan keluhan dari konsumen selama satu tahun terakhir. Tabel 1. menyajikan data keluhan konsumen Upnormal Coffee Roasters Global Project tahun 2020.

TABEL 1. KELUHAN KONSUMEN UPNORMAL COFFEE ROASTERS GLOBAL PROJECT TAHUN 2020

No.	Keluhan
1	Kecepatan membuat makanan/minuman
2	Suasana terlalu ramai/berisik
3	Keramahan server/kasir
4	Kebersihan meja/fasilitas lain
5	Kenyamanan atas pelayanan
6	Kualitas rasa dari makanan/minuman
7	Kesalahan membuat pesanan makanan/minuman
8	Harga berbanding rasa

9	Penggunaan Upnormal Apps
10	Kurangnya ketersediaan fasilitas

Sumber: Data diolah, 2021

Diketahui dari banyaknya keluhan diatas, maka kebanyakan konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Upnormal Coffee Roasters Global Project. Kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama Upnormal Coffee Roasters Global Project karena dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dari banyaknya keluhan konsumen diatas, maka kualitas pelayanan harus ditingkatkan dan diperbaiki lagi. Untuk mengetahui seberapa baik kualitas pelayanan yang diberikan dapat dilakukan pengukuran dengan menggunakan Model Kano. Model Kano bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Tujuan penelitian berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Kualitas pelayanan jasa Coffee Shop yang dilakukan pada Upnormal Coffee Roasters Global Project.
2. Kualitas pelayanan jasa Coffee Shop dengan menggunakan Model Kano untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Upnormal Coffee Roasters Global Project

## II. METODOLOGI

### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Rukajat (2018) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode dalam penelitian yang berusaha menggambarkan fenomena yang terjadi secara nyata, realistis, aktual dan pada saat ini dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Sedangkan menurut Sastika (2018) pendekatan kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik.

### B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang aktual (*real-life events*),

yang sedang berlangsung, bukan sesuatu yang sudah lewat (Rahardjo, 2017).

## III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

### A. Kondisi Pelayanan

Dalam penelitian ini, dilakukan analisis kualitas pelayanan pada Upnormal Coffee Roasters Global Project untuk mengetahui kondisi sebenarnya yang terjadi dari pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Adapun berbagai pelayanan yang diberikan adalah sebagai berikut, *full AC, smoking area, free Wi-Fi, Upnormal Apps, stop kontak, private room*.

Adapun kondisi pelayanan yang terjadi di Upnormal Coffee Roasters Global Project ketika konsumen datang berkunjung, konsumen akan disapa oleh *server* dan dipersilahkan untuk memilih ruangan *indoor* atau *outdoor*. Terdapat dua cara bagi konsumen untuk memesan makanan dan minuman. Pertama, konsumen dapat memesan secara manual dengan memanggil *server* untuk memesan makanan dan minuman yang diinginkan lalu pergi ke kasir untuk melakukan pembayaran. Kedua, dengan membuka Upnormal Apps konsumen bisa memesan makanan dan minuman yang diinginkan dan membayarnya melalui aplikasi tanpa perlu beranjak dari tempat. Setelah itu konsumen akan menunggu hingga makanan dan minuman yang dipesan disajikan.

Konsumen bisa menikmati pelayanan lainnya yang diberikan oleh Upnormal Coffee Roasters Global Project. Di setiap ruangan *indoor* maupun *outdoor* akan diputar alunan musik agar konsumen tidak merasa jenuh dan bosan. Upnormal Coffee Roasters Global Project dibuat senyaman mungkin agar konsumen bisa bebas melakukan kegiatannya seperti berdiskusi, bekerja, belajar atau sekedar menikmati makanan dan minuman dengan suasana yang menyenangkan. Tapi tak jarang ada konsumen yang mengeluh dengan pelayanan yang diberikan. Konsumen akan mengeluh kepada *server* dan meminta dicarikan solusinya.

Ketika ada konsumen yang mengeluh maka sebisa mungkin dicarikan solusinya dan diselesaikan permasalahannya pada saat itu juga. Sedangkan untuk permasalahan yang terjadi akan dicari akar permasalahannya berasal darimana. Jika disebabkan oleh bagian *kitchen* maka akan dilakukan evaluasi dibagian tersebut. Jika hasil evaluasi tidak menunjukkan adanya perubahan maka dilihat lagi apa yang menjadi kebutuhan dan permasalahan di bagian tersebut. Apakah yang membuat permasalahan karena kurangnya staf di bagian *kitchen* atau kekurangan peralatan masak, hal itu yang akan menjadi bahan pertimbangan untuk dicarikan solusinya agar meminimalisir keluhan konsumen.

### B. Perhitungan Model Kano

Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan di Upnormal Coffee Roasters Global Project adalah Model Kano. Adapun dalam

penelitian ini dilakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pelayanan Upnormal Coffee Roasters Global Project kepada 100 orang responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen dari Upnormal Coffee Roasters Global Project. Kuesioner pelayanan Upnormal Coffee Roasters Global Project disusun berdasarkan 5 dimensi kualitas layanan yaitu, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Dengan 24 butir atribut layanan yang dikombinasikan berdasarkan hasil keluhan konsumen dan pengamatan tahap awal pada Upnormal Coffee Roasters Global Project.

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan kepada 100 orang responden maka didapat karakteristik responden Upnormal Coffee Roasters Global Project seperti yang tersaji pada tabel 2. Karakteristik responden akan menyajikan data mengenai profil responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan penghasilan.

TABEL 2. KARAKTERISTIK RESPONDEN

No.	Karakteristik Responden	Keterangan
1	Jenis kelamin responden	60% wanita dan 40% laki-laki
2	Usia responden	60% berusia 21-25 tahun, 19% berusia 26-30 tahun, 15% berusia 16-20 tahun dan 6% berusia 31-35 tahun
3	Pekerjaan responden	44% mahasiswa, 18% pelajar dan pegawai, 11% wiraswasta dan 9% lain-lain
4	Penghasilan responden	43% kurang dari Rp 500.000,-, 26% Rp 500.000,- sampai dengan Rp 1.500.000,-, 17% lebih dari Rp 3.000.000,- dan 14% Rp 1.500.000,- sampai dengan Rp 3.000.000,-

Sumber : Data diolah, 2021

Dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah butir pertanyaan memiliki tingkat validitas yang baik dengan kriteria pengujian nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Pengujian validitas dilakukan pada setiap butir atribut layanan yang diteliti sebanyak 24 butir atribut layanan berdasarkan pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional. Secara keseluruhan hasil pengujian nilai validitas dinyatakan valid dan tepat sasaran.

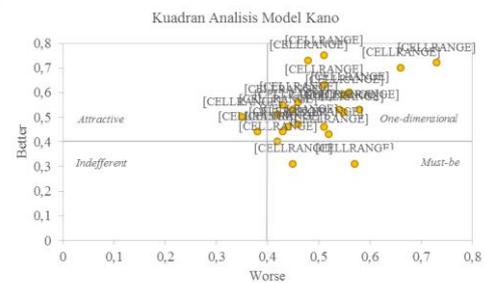
Setelah itu dilakukan uji reliabilitas untuk menentukan tingkat kepercayaan atau konsistensi suatu tes yang telah diujikan. Untuk mengetahui bahwa data yang dipakai reliabel atau tidak, dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0.6 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel, dan begitu pula sebaliknya. Adapun hasil pengujian nilai reliabilitas tergolong sangat kuat dengan nilai koefisien reliabilitas dari setiap pernyataan dinyatakan reliabel, dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi setiap butir atribut layanan yang ada di Upnormal Coffee Roasters

Global Project kedalam kategori Model Kano, dilakukan dengan cara mengelompokkan pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional menjadi pertanyaan sepasang. Data yang diperoleh kemudian ditabulasikan berdasarkan tabel evaluasi Model Kano. Respon konsumen dibedakan menjadi 6 kategori yaitu, *Must-be* (M), *One-dimensional* (O), *Attractive* (A), *Indifferent* (I), *Reverse* (R), *Questionable* (Q) dan diklasifikasikan ke dalam kategori Model Kano menggunakan *Blauth's Formula*. Tabel 3. menunjukkan data hasil perhitungan atribut layanan kedalam kategori Model Kano.

Setelah mengetahui hasil klasifikasi atribut layanan berdasarkan kategori Model Kano, selanjutnya melakukan perhitungan *better-worse* atau perhitungan nilai koefisien kepuasan konsumen. Digunakan untuk menentukan seberapa kuat suatu atribut layanan dapat mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas. Adapun hasil perhitungannya tersaji pada tabel 4. dibawah ini.

Setelah melakukan perhitungan *better-worse* atau perhitungan nilai koefisien kepuasan konsumen, maka tahap selanjutnya adalah menentukan langkah perbaikan agar dapat terwujudnya tingkat kepuasan konsumen pada setiap atribut layanan berdasarkan dimensi kualitas layanan melalui proses peletakkan nilai-nilai *better-worse* tersebut kedalam kuadran analisis Model Kano.



Gambar 2. Kuadran Analisis Model Kano; Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan gambar 2. diatas, maka kategori nilai *better-worse* atau nilai koefisien kepuasan konsumen terbagi menjadi empat kuadran, yaitu :

1. Kuadran I : Terdapat 2 atribut yang tergolong dalam kategori *Attractive*, adapun perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan konsumen.
2. Kuadran II : Terdapat 20 atribut yang tergolong dalam kategori *One-dimensional*, adapun perbaikan pada kategori ini akan berdampak kepada peningkatan kepuasan konsumen.
3. Kuadran III: Terdapat 2 atribut yang tergolong dalam kategori *Must-be*, adapun perbaikan pada kategori ini tidak akan berdampak kepada peningkatan kepuasan konsumen, namun bila tidak ada akan membuat konsumen merasa tidak puas.
4. Kuadran IV : Tidak terdapat atribut ya

TABEL 3. HASIL PERHITUNGAN ATRIBUT LAYANAN KEDALAM KATEGORI MODEL KANO

No.	Atribut Layanan	M	O	A	I	R	Q	Total	Kategori
<i>Tangibles</i>									
1	Ruangan memiliki dekorasi yang unik, menarik dan kekinian.	3	26	15	47	9	0	100	I
2	Kenyamanan, kebersihan dan kerapian di dalam dan di luar ruangan.	13	37	4	43	3	0	100	O
3	Tersedia fasilitas (Wi-Fi, stop kontak, AC, mushola, toilet, <i>smoking area</i> ).	17	42	13	28	0	0	100	O
4	Kondisi fasilitas, peralatan dan perlengkapan pendukung yang disediakan bersih dan dalam keadaan baik.	11	35	9	45	0	0	100	O
5	Kebersihan dan kerapian karyawan ( <i>server</i> dan kasir).	16	39	6	36	3	0	100	O
6	Tempat parkir yang memadai.	11	31	5	47	6	0	100	I
7	Lokasi mudah dijangkau.	1	34	5	36	24	0	100	I
<i>Reliability</i>									
8	Kecepatan proses pembuatan makanan dan minuman.	16	26	15	38	5	0	100	O
9	Ketepatan makanan dan minuman yang disajikan dengan pesanan.	11	48	7	31	3	0	100	O
10	Tidak ada kekeliruan salah pesanan pada saat proses pembayaran.	29	43	6	18	4	0	100	O
11	<i>Server</i> tidak memaksakan konsumen untuk duduk berdesakan dengan konsumen lain pada saat tempat penuh dan ramai.	31	40	7	19	3	0	100	O
12	Ketersediaan promo yang menarik dan bervariasi untuk konsumen.	32	28	20	14	6	0	100	M
13	Kecepatan jaringan Wi-Fi.	27	24	30	17	2	0	100	A
14	Kualitas, cita rasa dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan selalu sama setiap kali berkunjung.	28	22	21	23	6	0	100	M
<i>Responsiveness</i>									
15	<i>Server</i> cepat merespon ketika dipanggil.	20	21	29	25	5	0	100	A
16	Kemauan, kesabaran dan ketenangan <i>server</i> dalam melayani kebutuhan konsumen.	15	35	20	24	6	0	100	O
17	<i>Server</i> mampu memberikan informasi makanan dan minuman dengan tepat dan jelas kepada konsumen.	28	24	16	25	7	0	100	M
<i>Assurance</i>									
18	<i>Server</i> dan kasir memiliki kemampuan komunikasi dan pengetahuan yang baik tentang makanan dan minuman ketika diminta penjelasan oleh konsumen.	4	26	28	36	6	0	100	A
19	Keramahan serta kesopansantunan <i>server</i> dan kasir dalam berkomunikasi dan melayani konsumen.	11	56	12	14	7	0	100	O
20	Kemudahan penggunaan Upnormal Apps dalam memesan dan melakukan pembayaran.	8	38	7	43	4	0	100	O
21	Kesesuaian antara harga dengan cita rasa dan fasilitas yang diberikan.	29	16	16	28	11	0	100	M
22	Jaminan konsumen akan tetap merasa nyaman jika suasana berisik (suara musik, percakapan) karena terlalu penuh dan ramai.	10	28	12	45	5	0	100	I
<i>Empathy</i>									
23	Pihak manajemen, <i>server</i> serta kasir merespon keluhan konsumen dengan mendengarkan dan menerima keluhan dengan baik.	7	60	3	25	5	0	100	O
24	Kesigapan, kepekaan dan rasa perhatian yang tulus dari <i>server</i> dalam membantu dan memahami keinginan konsumen.	15	32	16	25	12	0	100	O

Sumber : Data diolah, 2021

TABEL 4. HASIL ANALISIS LAYANAN MENGGUNAKAN MODEL KANO PERHITUNGAN BETTER DAN WORSE

No.	M	O	A	I	R	Q	Total	Kategori	Better	Worse
1	3	26	15	47	9	0	100	I	0.45	0.31
2	13	37	4	43	3	0	100	O	0.42	0.51
3	17	42	13	28	0	0	100	O	0.55	0.59
4	11	35	9	45	0	0	100	O	0.44	0.46
5	16	39	6	36	3	0	100	O	0.46	0.56
6	11	31	5	47	6	0	100	I	0.38	0.44
7	1	34	5	36	24	0	100	I	0.51	0.46
8	16	26	15	38	5	0	100	O	0.43	0.44

9	11	48	7	31	3	0	100	O	0.56	0.60
10	29	43	6	18	4	0	100	O	0.51	0.75
11	31	40	7	19	3	0	100	O	0.48	0.73
12	32	28	20	14	6	0	100	M	0.51	0.63
13	27	24	30	17	2	0	100	A	0.55	0.52
14	28	22	21	23	6	0	100	M	0.45	0.53
15	20	21	29	25	5	0	100	A	0.52	0.43
16	15	35	20	24	6	0	100	O	0.58	0.53
17	28	24	16	25	7	0	100	M	0.43	0.55
18	4	26	28	36	6	0	100	A	0.57	0.31
19	11	56	12	14	7	0	100	O	0.73	0.72
20	8	38	7	43	4	0	100	O	0.46	0.47
21	29	16	16	28	11	0	100	M	0.35	0.50
22	10	28	12	45	5	0	100	I	0.42	0.4
23	7	60	3	25	5	0	100	O	0.66	0.70
24	15	32	16	25	12	0	100	O	0.54	0.53

Sumber: Data diolah, 2021

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis kualitas pelayanan di Upnormal Coffee Roasters Global Project menunjukkan bahwa kondisi pelayanannya sudah cukup baik akan tetapi masih terdapat keluhan yang menunjukkan ketidakpuasan dari konsumen. Maka dari itu Upnormal Coffee Roasters Global Project harus lebih peka terhadap apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan terus mengevaluasi setiap pelayanan yang diberikan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan dan mendapatkan kepuasan konsumen yang tinggi. Saran untuk pelayanan Upnormal Coffee Roaster Global Project dikarenakan masih terdapat pelayanan yang perlu ditingkatkan maka sebaiknya fokus pada atribut layanan yang ada pada kategori Must-be, One-dimensional dan Attractive.

Berdasarkan analisis menggunakan Model Kano terhadap kualitas pelayanan di Upnormal Coffee Roasters Global Project terdapat beberapa atribut dengan kategori Must-be terdapat 2 atribut yang perlu diperbaiki dan dipertahankan agar harus tetap ada, sebab kedua atribut tersebut berada pada kategori Must-be worse. Pada kategori One-dimensional terdapat 20 atribut yang sudah baik dan harus terus ditingkatkan, semua atribut berada pada kategori One-dimensional better. Pada kategori Attractive terdapat 2 atribut yang sudah baik dan harus terus ditingkatkan, kedua atribut berada pada kategori Attractive better. Saran untuk Model Kano, pada kategori Must-be terdapat 2 atribut ketidakpuasan, namun kedua atribut harus tetap ada dan menjadi kebutuhan Upnormal Coffee Roaster Global Project. Pada kategori One-dimensional terdapat 20 atribut kepuasan, semua atribut harus tetap terjaga performanya jangan sampai menurun dan terus ditingkatkan. Pada kategori Attractive terdapat 2 atribut kepuasan, kedua atribut perlu tetap dijaga performanya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al Rasyid, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan pemanfaatan teknologi terhadap kepuasan dan loyalitas

pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 1(2), 210-223.

- [2] Christmastianto, I. A. W. (2017). Analisis swot implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1), 133-144.
- [3] Harahap, Q. M., Amani, H., & Tripiawan, W. (2017). Analisis Kebutuhan Produk Brownies Zebra Di Vannisa Brownies Dengan Menggunakan Integrasi Product Quality Dan Model Kano. *eProceedings of Engineering*, 4(2).
- [4] Rahardjo, M. (2017). Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya.
- [5] Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: quantitative research approach*. Deepublish.
- [6] Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan dengan Menggunakan E-service Quality untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus: Konsumen Shopee di Kota Bandung 2017). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 69-74.
- [7] Pratista, Alvin Cakra. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality dan Diagram Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Jabar Banten Syariah Cabang Bandung. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 10-15