

Kualitas Layanan Pemasok Sayur dan Buah dari Sudut Pandang Rumah Sakit: Integrasi *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*

Valentine Theresia Simamora^{1*}

^{1*} Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta Timur, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received March 22, 2026

Revised April 16, 2026

Accepted May 13, 2026

Available online July 25, 2026

Keywords:

Service Quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, B2B, Fresh Food Supplier, Hospital

ABSTRACT

Hospitals are strategic institutional customers for fresh produce suppliers because service quality affects supply continuity, product consistency, and operational activities. This study aims to analyze the importance and performance of PT Paskomnas Niaga Utama's services from the perspective of Sari Asih Hospital, identify improvement priorities, and measure customer satisfaction. A descriptive quantitative approach was used, involving seven nutritionists representing seven Sari Asih Hospital branches, selected through purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire covering 25 attributes across five service quality dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data were analyzed using Importance Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI). The results show an average importance score of 4.90 and performance score of 4.15, producing an overall gap of -0.74 and a conformity level of 84.83%. Tangibles had the largest gap (-0.91) and, together with reliability, was positioned in Quadrant I as the main improvement priority. Assurance was in Quadrant II, responsiveness in Quadrant III, and empathy in Quadrant IV. The CSI value of 83.11% indicates a very satisfied category. Overall satisfaction is high, but improvement remains necessary, particularly in tangibles and reliability through product freshness control and stronger product replacement mechanisms. The limited number of respondents means the findings are descriptive and cannot be generalized.

Kata Kunci:

Kualitas Layanan, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, B2B, Pemasok Pangan Segar, Rumah Sakit

ABSTRAK

Rumah sakit merupakan pelanggan institusional strategis bagi pemasok produk segar karena kualitas pelayanan pemasok berkaitan dengan kesinambungan pasokan, konsistensi kualitas produk, dan kelancaran operasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan PT Paskomnas Niaga Utama dari perspektif Rumah Sakit Sari Asih, mengidentifikasi prioritas perbaikan, serta mengukur kepuasan pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan melibatkan tujuh ahli gizi yang mewakili tujuh cabang Rumah Sakit Sari Asih sebagai responden melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup berskala Likert lima poin yang mencakup 25 atribut berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Analisis data menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Hasil penelitian menunjukkan rata-rata tingkat kepentingan sebesar 4,90 dan kinerja sebesar 4,15, dengan gap keseluruhan sebesar -0,74 dan tingkat kesesuaian sebesar 84,83%. Dimensi tangibles memiliki gap terbesar sebesar -0,91 dan bersama reliability berada pada Kuadran I sebagai prioritas utama perbaikan. Assurance berada pada Kuadran II, responsiveness pada Kuadran III, dan empathy pada Kuadran IV. Nilai CSI sebesar 83,11% menunjukkan kategori sangat puas. Perbaikan perlu difokuskan pada pengendalian kesegaran produk dan mekanisme penggantian produk.



This is an open access article under the CC BY-SA license. Copyright © 2025 by Author. Published by YAYASAN PENDIDIKAN MULIA BUANA (YPMB)

*Corresponding author.

E-mail: valentine@gmail.com (Valentine Theresia Simamora)

1. PENDAHULUAN

Kualitas layanan menentukan keberlangsungan hubungan bisnis, termasuk pada transaksi antar perusahaan (Haryanto et al., 2023). Kualitas layanan dipahami sebagai hasil perbandingan antara harapan pelanggan dan layanan yang benar-benar diterimanya (Hikmah et al., 2024). Pada pasokan bahan pangan segar, penilaian ini menyangkut ketepatan waktu pengiriman, konsistensi mutu, dan ketanggapan pemasok terhadap kebutuhan pembeli (Fajri & Ardiansyah, 2026). Rumah sakit merupakan pelanggan institusional yang strategis bagi pemasok sayur dan buah (Medah & Saidah, 2023). Data yang dikeluarkan oleh Sistem Informasi Rumah Sakit Kementerian Kesehatan pada tahun 2018 mencatat jumlah rumah sakit di Indonesia mencapai 2.734 unit (Jasmine et al., 2025). Bagi pemasok produk segar, model B2B dinilai lebih menguntungkan karena adanya mekanisme kontrak, sehingga mempertahankan pelanggan institusional seperti rumah sakit bernilai strategis (Kartika et al., 2025).

Kualitas layanan umumnya diukur melalui lima dimensi, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (Pamungkas et al., 2024). Dalam pengukuran kepuasan, kinerja layanan yang rendah belum tentu menjadi prioritas jika atribut tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan (Aqsa & Gani, 2025). Sebaliknya, atribut dengan kepentingan sangat tinggi perlu diprioritaskan meskipun kesenjangannya kecil. Pengukuran yang hanya menilai kepuasan atau kinerja berpotensi menghasilkan kebijakan yang kurang tepat sasaran (Aryani et al., 2026).

Importance Performance Analysis (IPA) adalah dasar yang tepat dalam menjawab persoalan tersebut dengan menilai kepentingan dan kinerja setiap atribut secara bersamaan. Rata-rata skor keduanya dipetakan ke dalam diagram kartesius empat kuadran, yaitu prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan kondisi berlebihan (Sumarya & Purbasari, 2026). Untuk melihat kepuasan secara keseluruhan, hasil IPA juga dapat dilengkapi dengan *Customer Satisfaction Index* (Safitri et al., 2023). CSI dihitung dari skor rata-rata kepentingan dan kinerja untuk memperoleh faktor bobot dan skor bobot, kemudian dinyatakan dalam persen dan dikelompokkan ke dalam kategori kepuasan (Sukowati et al., 2025). Dengan demikian, IPA menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki, sedangkan CSI menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan (P. Sari & Zamzani, 2025).

Banyak penelitian yang telah menunjukkan bahwa IPA dan CSI banyak digunakan pada sektor jasa (Rastryana et al., 2022). Pada layanan kesehatan, penerapan CSI dan IPA pada pelayanan rawat jalan rumah sakit menghasilkan CSI sebesar 76,43% dengan lima atribut berada pada kuadran prioritas utama (Saputri et al., 2024). Ulasan sistematis terhadap studi SERVQUAL-IPA di sektor kesehatan menemukan bahwa dimensi *responsiveness* dan *reliability* paling konsisten berada pada kuadran prioritas perbaikan (Fakhrussy et al., 2026). Pola serupa ditemukan pada perusahaan air minum daerah, dengan dimensi *reliability* dan *responsiveness* yang memiliki kesenjangan terbesar (Hidayat et al., 2023). Pada konteks B2B, kombinasi Servqual, IPA, dan CSI telah digunakan untuk mengukur kepuasan mitra sebuah *platform* penyewaan mobil dengan CSI sebesar 73% dan penelitian tersebut merekomendasikan analisis lanjutan dari sisi pelanggan (Haryanto et al., 2023).

Namun demikian, studi-studi tersebut sebagian besar menilai layanan dari sisi pasien atau konsumen akhir. Pada sisi pemasok bahan pangan rumah sakit, penelitian yang ada menilai kinerja pemasok pada rumah sakit tertentu (Medah & Saidah, 2023). Namun, sepanjang telaah literatur yang dilakukan, penelitian yang memadukan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk menilai pemasok sayur dan buah dari sudut pandang rumah sakit sebagai pelanggan institusional belum ditemukan secara banyak. Salah satu obyek penelitian yang menarik adalah PT Paskomnas Niaga Utama karena merupakan pemasok sayur dan buah yang melayani Rumah Sakit Sari Asih. Hingga saat ini, perusahaan belum banyak ditemukan riset yang mengukur persepsi pelanggannya secara langsung. Rumah Sakit Sari Asih dipilih sebagai objek karena merupakan pelanggan B2B yang bersedia memberikan tanggapan, sehingga pengukuran dapat dilakukan secara langsung dan terdokumentasi. Sebelum penelitian ini dilakukan, telah terdapat pra survei terhadap lima dimensi kualitas layanan untuk mengetahui tingkat kepentingannya bagi pelanggan. Hasil pra survei disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pra Survei Tingkat Kepentingan Lima Dimensi Kualitas Layanan PT Paskomnas Niaga Utama

Indikator	Skor	Kategori
Tangible	4,97	Sangat Penting
Reliability	4,91	Sangat Penting
Responsiveness	4,83	Sangat Penting
Assurance	4,94	Sangat Penting
Empathy	4,83	Sangat Penting
Global	4,90	Sangat Penting

Sumber: Hasil Olahan Data *Microsoft Excel* (2026)

Data diatas menunjukkan bahwa seluruh dimensi memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi, dengan skor rata-rata keseluruhan 4,90. Idealnya, perusahaan mampu memenuhi tingkat kepentingan setinggi itu. Namun, kinerja layanan yang dirasakan pelanggan belum pernah diukur, sehingga belum diketahui atribut yang sudah memenuhi harapan dan atribut yang perlu diprioritaskan. Tingginya tingkat kepentingan tersebut perlu didalami agar kondisi sebenarnya dapat dipahami.

Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga hal. Pertama, IPA dan CSI dipadukan untuk menilai pemasok sayur dan buah dari sudut pandang rumah sakit sebagai pelanggan institusional, bukan dari sisi pasien atau konsumen akhir. Kedua, respondennya adalah ahli gizi rumah sakit, yaitu pengguna profesional yang menilai mutu bahan pangan dan layanan pemasok secara teknis. Ketiga, penelitian ini menelaah bagaimana IPA dan CSI saling melengkapi ketika seluruh atribut dinilai sangat penting, sehingga posisi kuadran dan nilai indeks perlu dibaca bersama besar kesenjangan.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja layanan PT Paskomnas Niaga Utama menurut Rumah Sakit Sari Asih, atribut mana yang berada pada setiap kuadran diagram kartesius, dan bagaimana tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan CSI. Untuk menjawabnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, responden penelitian adalah tujuh ahli gizi yang mewakili setiap cabang Rumah Sakit Sari Asih, dan pemetaan diagram kartesius dilakukan dengan SPSS, dilanjutkan dengan perhitungan CSI. Penelitian ini bertujuan mengukur tingkat kepentingan dan kinerja layanan, memetakan prioritas perbaikan, serta menghitung CSI sebagai dasar rekomendasi. Kontribusi teoretisnya berupa bukti penerapan IPA dan CSI pada konteks B2B pasokan pangan segar ke rumah sakit, sedangkan kontribusinya berupa dasar pengambilan keputusan bagi manajemen PT Paskomnas Niaga Utama dalam menjaga pelanggan institusionalnya.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif. Desain ini dipilih karena tujuan penelitian ini adalah menggambarkan tingkat kepentingan, kinerja, dan kepuasan pelanggan atas layanan. Objek penelitian adalah kualitas layanan PT Paskomnas Niaga Utama sebagai pemasok sayur dan buah, sedangkan subjeknya adalah Rumah Sakit Sari Asih sebagai pelanggan *business to business*. Penelitian dilaksanakan pada tujuh cabang Rumah Sakit Sari Asih, yaitu Ciputat, Cipondoh, Karawaci, Sangiang, Ar Rahmah, Ciledug, dan Serang, dengan pengumpulan data pada bulan Maret hingga April 2026.

Responden ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu ahli gizi yang mewakili masing-masing cabang Rumah Sakit Sari Asih, sehingga diperoleh tujuh responden. Ahli gizi dipilih karena berperan langsung dalam menilai mutu bahan pangan dan layanan pemasok. Jumlah responden yang terbatas menjadikan hasil penelitian bersifat deskriptif dan tidak digeneralisasi pada rumah sakit lain.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan lima dimensi kualitas layanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*), dengan 25 atribut pernyataan. Setiap atribut dinilai dua kali, yaitu tingkat kepentingan menurut responden dan tingkat kinerja layanan yang dirasakan. Pengukuran menggunakan skala *Likert* lima poin. Pada penilaian kepentingan, skor 5 menyatakan sangat penting, skor 4 penting, skor 3 cukup penting, skor 2 tidak penting, dan skor 1 sangat tidak penting. Pada penilaian kinerja, skor 5 menyatakan sangat puas, skor 4 puas, skor 3 cukup puas, skor 2 tidak puas, dan skor 1 sangat tidak puas. Data sekunder berupa literatur dan dokumen pendukung, termasuk hasil pra survei pada bagian pendahuluan.

Pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25 dan Microsoft Excel, sedangkan analisis data dilakukan dalam dua tahap, yaitu *Importance Performance Analysis* yang disertai dengan *Customer Satisfaction Index*. Pada tahap pertama, dihitung rata-rata skor kinerja dan kepentingan setiap atribut yang membentuk dimensi kualitas layanan. Rata-rata seluruh atribut yang digabungkan menjadi dimensi kualitas layanan kemudian digunakan sebagai garis pembagi kuadran pada diagram kartesius (Safitri et al., 2023). Diagram dibuat dengan SPSS dan membagi atribut yang membentuk dimensi ke dalam empat kuadran. Kuadran I (prioritas utama) memuat atribut dengan kepentingan tinggi dan kinerja rendah. Kuadran II (pertahankan prestasi) memuat atribut dengan kepentingan dan kinerja tinggi. Kuadran III (prioritas rendah) memuat atribut dengan kepentingan dan kinerja rendah. Kuadran IV (berlebihan) memuat atribut dengan kepentingan rendah dan kinerja tinggi (Haryanto et al., 2023). Pada tahap kedua, tingkat kepuasan keseluruhan dihitung dengan CSI. Nilai rata-rata skor kepentingan (*Mean Importance Score*) dan rata-rata skor kepuasan (*Mean Satisfaction Score*). Faktor bobot (*Weight Factor*) setiap atribut juga dihitung dari proporsi MIS atribut terhadap total MIS, kemudian skor bobot (*Weight Score*) diperoleh dengan mengalikan faktor bobot dan MSS setiap atribut dengan skala maksimum yang

digunakan, yaitu 5 (Melisa & Purwatiningsih, 2025). Nilai CSI diinterpretasikan menurut kriteria pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	> 0,80	Sangat Puas
2	0,66 – 0,80	Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,35 – 0,50	Kurang Puas
5	0,00 – 0,34	Tidak Puas

Sumber: (P. Sari & Zamzani, 2025)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

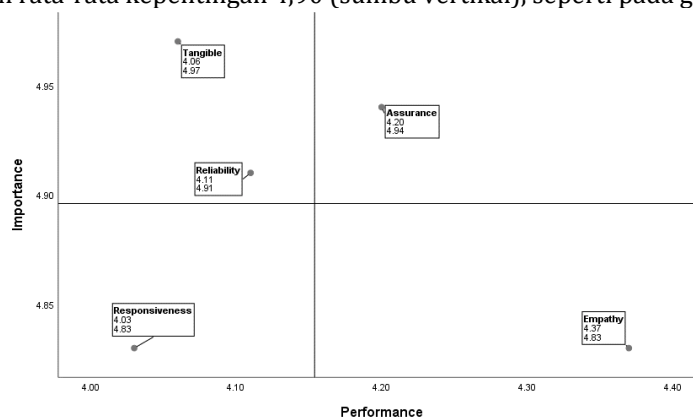
Penilaian tujuh ahli gizi dari tujuh cabang Rumah Sakit Sari Asih menunjukkan tingkat kepentingan seluruh dimensi kualitas layanan berada pada kisaran 4,83 sampai 4,97 dengan rata-rata 4,90. Tingkat kinerja berada pada kisaran 4,03 sampai 4,37 dengan rata-rata 4,15, sehingga seluruh dimensi memiliki kesenjangan negatif. Kesenjangan terbesar terdapat pada dimensi *tangible* (-0,91), diikuti *reliability* dan *responsiveness* (masing-masing -0,80), *assurance* (-0,74), dan terkecil pada *empathy* (-0,46). Tingkat kesesuaian keseluruhan mencapai 84,83%, dan nilai CSI keseluruhan sebesar 83,11% (0,83) yang termasuk kategori sangat puas. Hasil per dimensi disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Importance Performance Analysis Kualitas Layanan PT Paskomnas Terhadap Rumah Sakit Sari Asih

Indikator	Importance	Performance	Gap	Tingkat Kesesuaian
<i>Tangible</i>	4,97	4,06	-0,91	81,61%
<i>Reliability</i>	4,91	4,11	-0,80	83,72%
<i>Responsiveness</i>	4,83	4,03	-0,80	83,43%
<i>Assurance</i>	4,94	4,20	-0,74	84,97%
<i>Empathy</i>	4,83	4,37	-0,46	90,53%
Global	4,90	4,15	-0,74	84,83%

Sumber: Hasil Olahan Data Microsoft Excel (2026)

Pemetaan pada diagram kartesius menggunakan garis pembagi pada rata-rata kinerja 4,15 (sumbu horizontal) dan rata-rata kepentingan 4,90 (sumbu vertikal), seperti pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis Kualitas Layanan PT Paskomnas Terhadap Rumah Sakit Sari Asih

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 25 (2026)

Dimensi *tangible* dan *reliability* berada pada Kuadran I (prioritas utama), dimensi *assurance* pada Kuadran II (pertahankan prestasi), dimensi *responsiveness* pada Kuadran III (prioritas rendah), dan dimensi *empathy* pada Kuadran IV (berlebihan).

Perhitungan *Customer Satisfaction Index* dilakukan dengan mengalikan faktor bobot setiap atribut dengan rata-rata skor kinerjanya, menjumlahkan skor bobot seluruh atribut, lalu membaginya dengan skala maksimum 5. Hasil perhitungan pada tingkat dimensi disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. Hasil *Customer Satisfaction Index* Kualitas Layanan PT Paskomnas Terhadap Rumah Sakit Sari Asih

Dimensi	MIS	MSS	Faktor Bobot (%)	Skor Bobot	Kontribusi CSI (%)
<i>Tangible</i>	4.97	4.06	20.30	0.824	16.48
<i>Reliability</i>	4.91	4.11	20.07	0.827	16.53
<i>Responsiveness</i>	4.83	4.03	19.72	0.795	15.90
<i>Assurance</i>	4.94	4.20	20.19	0.847	16.95
<i>Empathy</i>	4.83	4.37	19.72	0.862	17.25
Total	4.90	4.15	100.00	4.156	83.11
CSI = (Total Skor Bobot ÷ 5) × 100% (Kategori: Sangat Puas)					83.11%

Sumber: Hasil Olahan Data *Microsoft Excel* (2026)

Faktor bobot setiap atribut berkisar antara 3,85% sampai 4,08% dengan total 100%, sedangkan total skor bobot seluruh atribut sebesar 4,156. Dengan demikian, nilai CSI yang diperoleh adalah $(4,156 \div 5) \times 100\% = 83,11\%$ atau 0,83 yang berada pada rentang di atas 0,80 sehingga termasuk kategori sangat puas menurut kriteria CSI. Kontribusi terbesar terhadap CSI berasal dari dimensi *empathy* (17,25%), diikuti *assurance* (16,95%), *reliability* (16,53%), dan *tangible* (16,48%), sedangkan kontribusi terkecil berasal dari dimensi *responsiveness* (15,90%). Pada tingkat atribut, skor bobot tertinggi terdapat pada jaminan kesegaran sayur dan buah (0,193), sedangkan skor bobot terendah terdapat pada kecepatan penggantian produk yang tidak sesuai atau rusak (0,138) dan jaminan penggantian apabila produk tidak sesuai standar (0,140).

Pembahasan

Importance Performance Analysis

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kinerja layanan PT Paskomnas Niaga Utama yang dipersepsikan oleh pelanggan Rumah Sakit Sari Asih. Tingkat kepentingan secara keseluruhan memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,90, sedangkan tingkat kinerja memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,15, sehingga menghasilkan kesenjangan sebesar -0,74 dengan tingkat kesesuaian sebesar 84,83%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kinerja layanan yang dirasakan pelanggan belum sepenuhnya mencapai tingkat kepentingan yang mereka harapkan. Meskipun demikian, keberadaan kesenjangan pada seluruh dimensi tidak serta-merta menunjukkan bahwa setiap dimensi memiliki tingkat prioritas perbaikan yang sama. Oleh karena itu, interpretasi lebih lanjut dilakukan melalui pemetaan tingkat kepentingan dan kinerja ke dalam empat kuadran IPA (Hidayat et al., 2023).

Tingkat kepentingan yang tinggi pada seluruh dimensi menunjukkan bahwa pelanggan institusional menempatkan kualitas layanan sebagai komponen penting dalam hubungan dengan pemasok. Dimensi *tangible* memperoleh nilai kepentingan tertinggi sebesar 4,97, diikuti oleh *assurance* sebesar 4,94, *reliability* sebesar 4,91, serta *responsiveness* dan *empathy* masing-masing sebesar 4,83. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa evaluasi pelanggan terhadap layanan Paskomnas tidak hanya didasarkan pada hasil akhir transaksi, tetapi juga mencakup aspek fisik layanan, keandalan pemenuhan layanan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam konteks hubungan *business-to-business* (B2B), tingginya tingkat kepentingan tersebut dapat dipahami karena kualitas layanan pemasok berkaitan dengan keberlangsungan aktivitas operasional pelanggan (Ratnasari et al., 2025). Hubungan antara pemasok sayur dan buah dengan rumah sakit memiliki karakteristik yang menuntut konsistensi pasokan, kesesuaian mutu produk, ketepatan pemenuhan pesanan, serta kemampuan pemasok dalam menangani ketidaksesuaian produk (Medah & Saidah, 2023). Dengan demikian, kualitas layanan tidak hanya merepresentasikan pengalaman pelanggan terhadap proses transaksi, tetapi juga menjadi bagian dari mekanisme koordinasi antara pemasok dan organisasi pelanggan (Adilah & Nurmasari, 2026).

Dimensi *tangible* menunjukkan kondisi yang paling memerlukan perhatian berdasarkan hasil analisis. Dimensi tersebut memperoleh tingkat kepentingan sebesar 4,97 dan kinerja sebesar 4,06, sehingga menghasilkan kesenjangan sebesar -0,91. Selain memiliki kesenjangan terbesar, *tangible* juga berada pada Kuadran I, yaitu wilayah yang menunjukkan tingkat kepentingan relatif tinggi dengan tingkat kinerja relatif rendah. Posisi tersebut menunjukkan bahwa aspek fisik layanan merupakan salah satu atribut yang perlu memperoleh prioritas dalam upaya peningkatan kualitas layanan.

Temuan pada dimensi *tangible* menjadi lebih spesifik ketika ditinjau berdasarkan atribut penyusunnya. Salah satu atribut yang memperoleh kinerja relatif rendah adalah penampilan dan kelengkapan kerja petugas pengiriman dengan skor 3,71. Dalam konteks layanan pemasok bahan pangan

segar, aspek tersebut tidak hanya berkaitan dengan penampilan petugas, tetapi juga dapat merepresentasikan profesionalitas pelaksanaan proses distribusi yang dapat diamati secara langsung oleh pelanggan. Dengan demikian, aspek fisik layanan memiliki fungsi sebagai salah satu pembentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas proses pelayanan secara keseluruhan (Amerta & Madhavi, 2023).

Dimensi *reliability* juga ditempatkan pada Kuadran I dengan tingkat kepentingan sebesar 4,91, tingkat kinerja sebesar 4,11, dan kesenjangan sebesar -0,80. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara konsisten merupakan aspek yang sangat penting bagi pelanggan, tetapi kinerja yang dirasakan masih berada di bawah tingkat kepentingannya. Dalam hubungan B2B, *reliability* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan memenuhi pesanan sesuai kesepakatan, tetapi juga mencakup konsistensi perusahaan dalam memenuhi standar layanan ketika terjadi kondisi yang tidak sesuai dengan rencana (Ahmad et al., 2024).

Interpretasi tersebut didukung oleh temuan pada tingkat atribut berupa jaminan penggantian produk yang tidak sesuai standar memperoleh skor kinerja sebesar 3,43, sedangkan kecepatan penggantian produk yang rusak memperoleh skor sebesar 3,57. Selain itu, atribut pemenuhan pesanan tanpa pembatalan sepihak memperoleh skor sebesar 3,71. Rendahnya kinerja pada atribut-atribut tersebut menunjukkan bahwa aspek keandalan layanan tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan transaksi dalam kondisi normal, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pemulihan layanan ketika terjadi ketidaksesuaian.

Temuan tersebut memberikan implikasi bahwa *service recovery* merupakan bagian yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan kualitas layanan Paskomnas. Ketika terjadi produk rusak atau produk yang tidak memenuhi standar, pelanggan membutuhkan kepastian mengenai mekanisme penggantian dan kecepatan penyelesaiannya (N. J. Sari et al., 2025). Oleh karena itu, keandalan pemasok dalam konteks penelitian ini dapat dipahami secara lebih luas sebagai kemampuan untuk memenuhi komitmen layanan sekaligus menangani kegagalan layanan secara konsisten. Logika pemaknaan tersebut relevan dengan karakteristik produk sayur dan buah yang bersifat mudah rusak sehingga ketidaksesuaian produk dapat memiliki konsekuensi operasional bagi pelanggan (Ilmika & Ariwibowo, 2024).

Berbeda dengan *tangible* dan *reliability*, dimensi *assurance* berada pada Kuadran II. Dimensi tersebut memperoleh tingkat kepentingan sebesar 4,94 dan tingkat kinerja sebesar 4,20, dengan kesenjangan sebesar -0,74 serta tingkat kesesuaian sebesar 84,97%. Posisi tersebut menunjukkan bahwa *assurance* merupakan dimensi dengan tingkat kepentingan tinggi yang telah diikuti oleh tingkat kinerja relatif tinggi. Oleh karena itu, dimensi ini perlu dipertahankan agar kualitas layanan yang telah terbentuk tetap konsisten.

Posisi *assurance* juga menunjukkan bahwa kesenjangan negatif tidak dapat digunakan sebagai satu-satunya dasar dalam menetapkan prioritas perbaikan. Meskipun kesenjangan antara kepentingan dan kinerja masih terdapat pada dimensi tersebut, posisinya pada Kuadran II menunjukkan bahwa secara relatif kinerja telah berada pada kondisi yang sesuai dengan tingkat kepentingannya dibandingkan dengan atribut lainnya. Oleh karena itu, pengambilan keputusan perbaikan perlu mempertimbangkan kombinasi antara tingkat kepentingan dan kinerja, sebagaimana prinsip dasar IPA yang menempatkan kedua ukuran tersebut secara simultan dalam menentukan prioritas.

Dimensi *responsiveness* memperoleh tingkat kinerja terendah, yaitu sebesar 4,03, dengan tingkat kepentingan sebesar 4,83 dan kesenjangan sebesar -0,80. Meskipun demikian, dimensi tersebut berada pada Kuadran III. Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat kinerja tidak secara otomatis menjadikan suatu dimensi sebagai prioritas utama. Dalam kerangka IPA, prioritas ditentukan berdasarkan posisi relatif antara tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga atribut yang memiliki kinerja rendah perlu ditafsirkan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingannya (Safitri et al., 2023).

Dengan demikian, *responsiveness* dapat dipandang sebagai dimensi yang tetap perlu dipantau, tetapi belum menjadi fokus utama alokasi sumber daya berdasarkan hasil riset ini. Posisi tersebut bersifat kontekstual dan merepresentasikan prioritas relatif pada saat pengukuran dilakukan. Perubahan kebutuhan pelanggan atau perubahan karakteristik hubungan antara pemasok dan pelanggan dapat menyebabkan perubahan posisi atribut pada pengukuran berikutnya.

Dimensi *empathy* menunjukkan pola yang berbeda dengan dimensi lainnya. Dimensi tersebut memiliki tingkat kinerja tertinggi sebesar 4,37, tingkat kepentingan sebesar 4,83, serta tingkat kesesuaian sebesar 90,53%. Namun, *empathy* berada pada Kuadran IV yang menyatakan bahwa posisi tersebut memiliki kinerja relatif yang telah tinggi, sementara tingkat kepentingannya relatif lebih rendah dibandingkan atribut yang berada pada Kuadran I dan II.

Kondisi tersebut memberikan implikasi bahwa peningkatan sumber daya pada *empathy* tidak perlu menjadi prioritas utama. Strategi yang lebih proporsional adalah mempertahankan tingkat kinerja yang telah dicapai sambil mengarahkan sumber daya tambahan pada atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerjanya masih relatif rendah (Nababan & Nasution, 2025). Dengan demikian, hasil IPA dapat

digunakan bukan hanya untuk mengidentifikasi atribut yang memerlukan peningkatan, tetapi juga untuk mendukung efisiensi alokasi sumber daya dalam pengelolaan kualitas layanan.

Secara keseluruhan, hasil IPA menunjukkan bahwa kualitas layanan Paskomnas berada dalam kondisi yang relatif baik, tetapi masih terdapat atribut yang memerlukan peningkatan secara selektif. *Tangible* dan *reliability* menjadi dimensi yang perlu memperoleh perhatian lebih besar karena keduanya memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerja yang relatif lebih rendah. *Assurance* merupakan dimensi yang perlu dipertahankan, sedangkan *responsiveness* dan *empathy* memerlukan pengelolaan yang disesuaikan dengan tingkat prioritasnya. Dengan demikian, hasil IPA mengindikasikan bahwa strategi peningkatan kualitas layanan sebaiknya tidak dilakukan secara menyeluruh dan seragam, tetapi diarahkan pada atribut yang memiliki relevansi paling besar terhadap kebutuhan pelanggan.

Customer Satisfaction Index

Hasil analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT Paskomnas Niaga Utama mencapai 83,11% atau sebesar 0,83. Berdasarkan kriteria interpretasi yang digunakan dalam penelitian ini, nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat puas. Temuan ini menunjukkan bahwa secara agregat pelanggan Rumah Sakit Sari Asih memberikan evaluasi yang positif terhadap layanan yang diterima dari Paskomnas. Nilai CSI tersebut juga menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kinerja pada seluruh dimensi, kondisi tersebut belum menyebabkan tingkat kepuasan keseluruhan berada pada kategori yang rendah.

Hasil CSI perlu dipahami bersama dengan hasil IPA karena kedua analisis tersebut memberikan informasi yang berbeda. IPA mengidentifikasi posisi relatif setiap atribut berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sedangkan CSI memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan secara agregat (Nurrokhman & Jawad, 2024). Oleh karena itu, nilai CSI sebesar 83,11% tidak dapat ditafsirkan sebagai indikasi bahwa seluruh atribut layanan telah mencapai kondisi optimal. Sebaliknya, nilai tersebut menunjukkan bahwa secara keseluruhan pengalaman pelanggan masih berada pada tingkat kepuasan yang tinggi, meskipun pada tingkat atribut terdapat sejumlah aspek yang memerlukan perhatian.

Perbedaan tersebut terlihat dari adanya kesenjangan negatif pada seluruh dimensi layanan. Tingkat kepentingan global sebesar 4,90 lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kinerja sebesar 4,15, sehingga menghasilkan *gap* sebesar -0,74. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan kinerja layanan agar semakin mendekati tingkat kepentingan pelanggan. Sementara itu, CSI menunjukkan bahwa secara agregat kinerja tersebut masih mampu menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi. Dengan demikian, kedua indikator tersebut tidak menunjukkan kondisi yang bertentangan, tetapi menggambarkan aspek yang berbeda dari evaluasi pelanggan.

Pada tingkat dimensi, *empathy* memberikan kontribusi terbesar terhadap CSI, yaitu sebesar 17,25%. Temuan tersebut sejalan dengan tingkat kinerja *empathy* yang juga merupakan yang tertinggi, yaitu sebesar 4,37. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian kepada pelanggan dan membangun interaksi pelayanan yang baik merupakan salah satu komponen yang mendukung kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Trisfani et al., 2026).

Meskipun demikian, kontribusi yang tinggi terhadap CSI tidak secara otomatis menunjukkan bahwa suatu dimensi harus menjadi prioritas peningkatan. Dimensi *empathy* memberikan kontribusi terbesar terhadap CSI tetapi berada pada Kuadran IV dalam analisis IPA. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kinerja yang telah relatif tinggi pada dimensi tersebut telah memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan, tetapi peningkatan lebih lanjut belum menjadi prioritas utama berdasarkan tingkat kepentingan relatif di mata pelanggan.

Dimensi *assurance* memberikan kontribusi sebesar 16,95% terhadap CSI dan berada pada Kuadran II. Kombinasi tersebut menunjukkan bahwa *assurance* merupakan salah satu komponen yang relatif kuat dalam membentuk kepuasan pelanggan. Tingkat kinerja sebesar 4,20 juga menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap dimensi tersebut relatif baik. Oleh karena itu, keberlanjutan kualitas pada dimensi *assurance* perlu dijaga agar kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan tetap dapat dipertahankan (Safitri et al., 2023).

Temuan yang lebih strategis terlihat pada dimensi *reliability*. Dimensi ini memberikan kontribusi sebesar 16,53% terhadap CSI, tetapi pada analisis IPA berada pada Kuadran I. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *reliability* mempunyai posisi penting dalam struktur kepuasan pelanggan sekaligus masih memiliki ruang perbaikan. Dengan demikian, peningkatan pada aspek *reliability* menjadi relevan untuk dipertimbangkan dalam upaya mempertahankan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Pola yang serupa ditemukan pada dimensi *tangible*. Kontribusi dimensi tersebut terhadap CSI mencapai 16,48%, tetapi tingkat kinerjanya sebesar 4,06 masih berada di bawah tingkat kepentingannya sebesar 4,97. Selain itu, *tangible* merupakan dimensi dengan *gap* terbesar, yaitu -0,91, dan berada pada Kuadran I. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek fisik layanan mempunyai peranan yang cukup

besar dalam pembentukan kepuasan, tetapi kinerjanya masih belum sepenuhnya memenuhi tingkat kepentingan pelanggan.

Dengan demikian, hasil integrasi IPA dan CSI menunjukkan bahwa *tangible* dan *reliability* memiliki karakteristik yang berbeda dari *empathy* dan *assurance*. Jika *empathy* dan *assurance* lebih merepresentasikan dimensi yang telah memberikan kontribusi positif dengan tingkat kinerja relatif baik, maka *tangible* dan *reliability* menunjukkan adanya ruang perbaikan pada dimensi yang juga memiliki kontribusi cukup besar terhadap kepuasan. Kondisi tersebut memberikan dasar yang lebih kuat bagi manajemen untuk memusatkan perhatian pada kedua dimensi tersebut.

Sementara itu, *responsiveness* memberikan kontribusi paling rendah terhadap CSI, yaitu sebesar 15,90%, dengan tingkat kinerja sebesar 4,03. Dimensi ini juga berada pada Kuadran III. Kombinasi tersebut menunjukkan bahwa *responsiveness* belum menjadi sumber kontribusi terbesar terhadap kepuasan dan belum menjadi prioritas utama berdasarkan pemetaan IPA. Namun, dimensi tersebut tetap perlu dipantau karena rendahnya kinerja dapat menjadi relevan apabila tingkat kepentingannya meningkat pada periode berikutnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan tidak semata-mata ditentukan oleh ada atau tidaknya kesenjangan pada suatu atribut. Kepuasan agregat merupakan hasil dari kombinasi tingkat kepentingan dan kinerja berbagai atribut yang memiliki bobot berbeda (Soraya et al., 2024). Oleh karena itu, keberadaan *gap* negatif pada seluruh dimensi masih dapat disertai dengan CSI pada kategori sangat puas. Dalam konteks penelitian ini, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kinerja layanan secara keseluruhan telah mampu memberikan pengalaman yang dinilai positif oleh pelanggan, meskipun terdapat aspek tertentu yang belum sepenuhnya memenuhi tingkat kepentingannya.

Temuan tersebut sekaligus memperlihatkan pentingnya penggunaan CSI sebagai pelengkap IPA. Apabila analisis hanya didasarkan pada IPA, penelitian dapat menjelaskan atribut yang menjadi prioritas perbaikan, tetapi belum memberikan gambaran yang terintegrasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Sebaliknya, CSI dapat menunjukkan tingkat kepuasan agregat, tetapi tidak dapat menunjukkan secara spesifik atribut mana yang harus menjadi fokus intervensi. Penggunaan keduanya memungkinkan evaluasi dilakukan pada dua tingkat, yaitu tingkat agregat dan tingkat atribut.

Berdasarkan perspektif tersebut, nilai CSI sebesar 83,11% dapat dipahami sebagai gambaran bahwa hubungan layanan Paskomnas dengan pelanggan berada pada kondisi kepuasan yang tinggi, sedangkan hasil IPA menunjukkan bahwa kondisi tersebut masih perlu dipertahankan melalui perbaikan selektif pada atribut tertentu. Dengan demikian, implikasi manajerial penelitian ini bukan berupa peningkatan seluruh aspek layanan secara simultan, melainkan penguatan atribut yang menjadi prioritas dan pemeliharaan atribut yang telah menunjukkan kinerja relatif baik.

Secara keseluruhan, integrasi hasil IPA dan CSI menghasilkan pemahaman bahwa kepuasan pelanggan Paskomnas berada pada tingkat tinggi, tetapi kualitas layanan masih memiliki ruang peningkatan. CSI sebesar 83,11% menunjukkan kondisi kepuasan secara agregat, sedangkan IPA menunjukkan lokasi atribut yang memerlukan perhatian lebih besar. Dalam kerangka tersebut, *tangible* dan *reliability* merupakan dimensi yang paling relevan untuk memperoleh perhatian perbaikan karena keduanya memiliki tingkat kepentingan tinggi, tetapi kinerjanya relatif lebih rendah, padahal kontribusinya cukup besar terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, *assurance* dan *empathy* perlu dipertahankan, sedangkan *responsiveness* perlu dilakukan pemantauan secara berkala.

Dengan demikian, hasil penelitian menegaskan bahwa pengukuran kepuasan pelanggan sebaiknya tidak berhenti pada pengukuran tingkat kepuasan secara agregat. Nilai CSI yang tinggi perlu disertai dengan identifikasi terhadap atribut yang berpotensi menjadi sumber ketidaksesuaian. Dalam penelitian ini, kombinasi IPA dan CSI memberikan dasar analitis yang memungkinkan perusahaan tidak hanya mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga menentukan arah prioritas peningkatan kualitas layanan berdasarkan persepsi pelanggan.

4. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa ahli gizi Rumah Sakit Sari Asih menilai seluruh dimensi layanan PT Paskomnas Niaga Utama sangat penting, sedangkan kinerja yang dirasakan baru berada pada tingkat puas. Selisih antara kepentingan dan kinerja ini muncul pada semua dimensi. Kesenjangan paling lebar terdapat pada dimensi *tangible*, disusul *reliability* dan *responsiveness*, sedangkan kesenjangan paling sempit terdapat pada dimensi *empathy*.

Pada diagram kartesius, dimensi *tangible* dan *reliability* berada pada kuadran prioritas utama, *assurance* pada kuadran pertahankan prestasi, *responsiveness* pada kuadran prioritas rendah, dan *empathy* pada kuadran berlebihan. Tingkat kepuasan keseluruhan berdasarkan CSI termasuk kategori sangat puas. Namun, nilai ini hampir sama dengan rata-rata kinerja dan belum merata di semua cabang, karena sebagian

cabang hanya berada pada kategori puas. Dengan demikian, layanan Paskomnas dapat dinilai tinggi secara umum, tetapi masih menyimpan titik lemah yang jelas pada pemulihan layanan dan pengendalian kesegaran produk.

Berdasarkan temuan tersebut, manajemen PT Paskomnas Niaga Utama disarankan menjadikan penggantian produk sebagai prioritas perbaikan yang paling mendesak. Manajemen perlu menetapkan standar tertulis mengenai batas waktu dan mekanisme penggantian produk yang tidak sesuai atau rusak, lalu menyampaikannya kepada seluruh cabang rumah sakit, supaya kecepatan menanggapi komplain yang sudah baik diikuti kepastian pemulihan. Manajemen juga perlu memperkuat pengendalian kesegaran sebelum dan selama pengiriman, misalnya dengan memeriksa kondisi barang sebelum dimuat dan memastikan wadah pendingin tersedia dalam jumlah memadai. Konsistensi jenis, spesifikasi, dan mutu antar pengiriman juga perlu dijaga karena atribut-atribut tersebut kinerjanya belum maksimal. Cabang dengan tingkat kepuasan paling rendah sebaiknya didatangi lebih dahulu untuk menelusuri jika terdapat penyebab pembatalan sepihak, lambatnya penanganan permintaan mendadak, dan lambatnya penggantian, kemudian dipantau kembali pada periode berikutnya.

Manajemen PT Paskomnas Niaga Utama juga disarankan tidak mengurangi sumber daya pada hubungan dengan pelanggan, meskipun dimensi *empathy* berada pada kuadran berlebihan. Kinerja *empathy* adalah yang tertinggi dan kepentingannya tetap sangat tinggi, sehingga kekuatan ini lebih tepat dipertahankan sebagai pembeda Paskomnas dibandingkan pemasok lain. Pemantauan kepuasan juga sebaiknya dilakukan secara berkala dan tidak hanya melaporkan nilai CSI keseluruhan, tetapi disertai peta atribut dan nilai tiap cabang, karena angka keseluruhan dapat menutupi masalah pada cabang tertentu.

Bagi tim gizi Rumah Sakit Sari Asih, disarankan menyepakati bersama Paskomnas kriteria penerimaan barang yang tertulis, mencakup tingkat kesegaran, kemasan, serta prosedur pengembalian atau penggantian. Kesepakatan ini membuat standar yang dipakai pelanggan dan pemasok menjadi sama, sehingga penilaian kinerja pada periode berikutnya lebih mudah dibandingkan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melibatkan lebih banyak rumah sakit dan responden, karena penelitian ini hanya mengandalkan sejumlah kecil ahli gizi dari satu rumah sakit. Logika tingkat kepentingan sebaiknya diukur secara turunan dari hubungannya dengan kepuasan keseluruhan, atau dikombinasikan dengan model Kano. Penelitian lanjutan juga dapat menguji secara longitudinal apakah penetapan standar penggantian benar-benar menaikkan kinerja dan kepuasan pada cabang yang paling rendah.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, A. N., & Nurmasari, N. D. (2026). Synergizing Service Excellence and Information Integrity for Enhanced Service Supply Chain Performance. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 5(1), 82–96. <https://doi.org/10.21776/jmrk.2026.05.1.07>
- Ahmad, B., Yuan, J., Akhtar, N., & Ashfaq, M. (2024). Identifying the determinants and consequences of post-recovery satisfaction in B2B customers: a multidimensional justice theory perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 39(2), 423–437. <https://doi.org/10.1108/JBIM-08-2022-0366>
- Amerta, L., & Madhavi, I. (2023). Exploring service quality and customer satisfaction in the service industry: A mixed-methods analysis. *Journal on Economics, Management and Business Technology*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.35335/jembut.v2i1.184>
- Aqsa, N., & Gani, S. A. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada TIKI Cabang Lhokseumawe Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Industrial Engineering Journal*, 14(1), 78–85. <https://doi.org/10.29103/iej.v14i1.23624>
- Aryani, Y., Purwana, R., Herdiansyah, H., & Suryabrata, J. A. (2026). Advancing indoor environmental quality (IEQ) in Indonesian hospital wards: An integrated importance performance analysis (IPA) and objective approach. *Energy and Built Environment*, 7, 1217–1229. <https://doi.org/10.1016/j.enbenv.202>
- Fajri, I., & Ardiansyah, I. (2026). Rantai Pasok Bahan Baku Lokal Dan Daya Saing UMKM Pangan. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 9(1), 54–62. <https://doi.org/10.30813/fame.v9i1.10058>
- Fakhrussy, A. I., Fahrudha, A., Wiliyanarti, P. F., & Haksama, S. (2026). Analisis Integrasi Model SERVQUAL dan Importance-Performance Analysis (IPA) dalam Evaluasi Kualitas Pelayanan Rumah Sakit. *JlIP- Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9(4), 4039–4045. <https://doi.org/10.54371/jiip.v9i4.11053>

- Hamdi, N., Arif, T. M., Ramadhan, I., & Prakoso, M. A. (2025). Manajemen Operasional Pelayanan Untuk Mengurangi Waktu Tunggu Di Angke Heritage Restoran PIK 2. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 2(1), 29–37. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v2i1.448>
- Haryanto, J., Silitonga, R. Y. H., & Setiawati, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi XYZ Untuk Meningkatkan Kepuasan Mitra Dengan Metode Servqual, IPA Dan CSI. *Journal of Integrated System*, 6(2), 197–209. <https://doi.org/10.28932/jis.v6i2.6587>
- Hidayat, D. F., Tosungku, L., & Fathimahhayati, L. D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur). *Jurnal Teknik Industri (JTI)*, 9(1), 167–176. <https://doi.org/10.24014/jti.v9i1.21281>
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, R. A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: Peran Fundamental Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dalam Mewujudkannya. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(1), 42–54. <https://doi.org/10.36985/v1f3yg63>
- Ilmika, A., & Ariwibowo, F. (2024). Analisis Proses Dan Kendala Transportasi Produk Hortikultura Di Indonesia. *Sustainable Transportation and Urban Mobility (STUM)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.61511/stum.v1i1.2024.350>
- Jasmine, S. T., Matondang, T. S., Pratama, M. R., & Hajijah, S. (2025). Tren, Tantangan, dan Solusi Sistem Informasi Manajemen Rumah Sakit di Jakarta. *Surya Medika: Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Dan Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 20(1), 62–70. <https://doi.org/10.32504/sm.v20i1.1227>
- Kartika, M. G., Kurniawati, O., Pelitawati, D., & Anifia, I. C. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Tarif terhadap Kepuasan Pasien RSUD dr. Mohamad Soewandhie Surabaya. *Jurnal Simki Economic*, 8(1), 142–152. <https://doi.org/10.29407/jse.v8i1.1068>
- Medah, F. U. F., & Saidah, Z. (2023). Kinerja Supplier Bahan Pangan Di Rumah Sakit X Depok. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 1653–1670. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.9964>
- Melisa, M., & Purwatiningsih, P. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Customer Satisfaction Index (CSI) pada PT Astra International Tbk-TSO Auto2000 Cabang Salemba. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 3(3), 266–283. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v3i4.3299>
- Nababan, N. B., & Nasution, M. A. E. (2025). Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Kinerja Produk. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2826–2839. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15446>
- Nurrokhman, A., & Jawad, A. A. (2024). Revving Up Customer Satisfaction: Important Performance Analysis And Customer Satisfaction Index Methods In Auto Repair Service Evaluation. *Journal Industrial Serviss*, 10(1), 19–24. <https://doi.org/10.62870/jiss.v10i1.24582>
- Pamungkas, N. C., Prasetyo, G., Elsandi, R., Faridayanti, A. D., & Abdullah, M. (2024). Fasilitas Dan Pelayanan Berkualitas: Fondasi Kepuasan Pelanggan PT. Kramat Djati Asri Sejati. *Manajemen: Jurnal Ekonomi USI*, 6(2). <https://doi.org/10.36985/2w7rtz06>
- Rastryana, U., Masahere, U., & Rusmayanti, S. (2022). Analisis IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Pelanggan Market Place Pada Pelayanan J&T Express Indonesia. *Tirtayasa Ekonomika*, 17(1), 141–151. <https://doi.org/10.35448/jte.v17i1.14144>
- Ratnasari, B. A., Purbasari, R., & Purnomo, M. (2025). Peran Entrepreneurial Sales Action Untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Business to Business (B2B): A Systematic Literature Review. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 1487–1496. <https://doi.org/10.37479/jimb.v7i3.30057>
- Safitri, D., Lestari, S. P., Sari, Y. E., & Bakti, A. S. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Mu (Studi Kasus Pada Pegawai Universitas Muhammadiyah Kotabumi). *Journal of Agriculture and Animal Science*, 3(2), 47–60. <https://doi.org/10.47637/agrimals.v3i2.922>
- Saputri, A. L., Lubis, F. S., Suherman, S., Nazaruddin, N., & Nur, M. (2024). Analisis Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan Rumah Sakit X Menggunakan Service Quality Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1890–1898. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.5409>

- Sari, N. J., Susilawati, E., Kamilah, F., Fajarwati, N. K., & Suryasuciramdhan, A. (2025). Strategi Komunikasi dalam Penanganan Keluhan Pelanggan pada Industri Keramik (Studi Kasus di PT Primarindo Argatile). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(3), 327–339. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i3.1591>
- Sari, P., & Zamzani, M. I. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Mall X Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus: PT. XYZ). *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi (JUTIN)*, 8(1), 922–929. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i1.40266>
- Siagian, D. P., & Isharyani, M. E. (2026). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode CSI, IPA, PGCV, dan AHP pada PT XYZ. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 4(3), 377–393. <https://doi.org/10.56211/factory.v4i3.860>
- Soraya, A. A., Malik, R., & Safutra, N. I. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap PDAM Wilayah Pelayanan II Makassar Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Rekayasa Sistem Industri & Manajemen*, 2(1), 19–26. <https://doi.org/10.33096/jrsim.v2i1.520>
- Sukowati, Y., Brahmono, U. A., Tanty, H. N., & Sabatini, G. (2025). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Sehat Bersama 2 Jakarta Timur. *Jurnal Insan Farmasi Indonesia*, 8(1), 106–116. <https://doi.org/10.33759/jrki.v6i2.502>
- Sumarya, E., & Purbasari, A. (2026). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Service Quality (SERVQUAL), Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Manajemen Rekayasa Dan Inovasi Bisnis*, 4(2), 12–22. <https://doi.org/10.62375/jmrrib.v4i2.811>
- Trisfani, A., Aisyah, N., & Audina, S. (2026). Peran Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Eagle Decal. *Jurnal Digital Bisnis, Modal Manusia, Marketing, Entrepreneurship, Finance, & Strategi Bisnis (DImmensi)*, 6(1), 12–16. <https://doi.org/10.32897/dimmensi.v6i1.5313>