

## **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN JAMUR KRISPY CAK WAN MAGETAN**

**Widita Nareswari<sup>1\*</sup>, Angga Rendyantoni Puji Utomo<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Fakultas Pertanian Universitas Doktor Nugroho Magetan

\*Email: [nareswariwidita@gmail.com](mailto:nareswariwidita@gmail.com)

**Abstract.** The importance of industry not only plays a role in providing employment, but also plays a role in economic empowerment, one of which is the Krispy Cak Wan Mushroom business. This study aims (1) to determine the level of conformity between the level of importance and the level of performance (2) the level of importance and the level of performance to the level of consumer satisfaction. This study uses secondary data and primary data. Respondents used as many as 35 respondents. The analytical method used is descriptive quantitative method with the Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) methods. Based on the results of the study, it was found that the level of conformity got a high value on the taste variable while the lowest value on the level of crispness variable. While the value of consumer satisfaction is obtained by a value of 62 percent, it is necessary to improve the variables at the product performance level obtained from the calculation of the Importance Performance Analysis (IPA) value to increase the CSI value.

**Keywords:** Mushroom, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

**Abstrak.** Pentingnya industri tidak hanya berperan dalam penyediaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi salah satunya pada usaha Jamur Krispy Cak Wan. Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui tingkat kesesuaian antar tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (2) tingkat kepentingan dan tingkat kinerja terhadap tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Responden yang digunakan yaitu sebanyak 35 responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa tingkat kesesuaian mendapat nilai tinggi pada variabel rasa sedangkan nilai terendah pada variabel tingkat kerenyahan. Sedangkan nilai kepuasan konsumen didapatkan nilai sebesar 62 persen hal ini diperlukannya perbaikan variabel ditingkat kinerja produk yang didapatkan dari hasil perhitungan nilai Importance Performance Analysis (IPA) untuk meningkatkan nilai CSI.

**Kata Kunci:** Mushroom, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index.

### **PENDAHULUAN**

Tingginya tuntutan ekonomi membuat masyarakat semakin berinovasi untuk mengembangkan ide kreatifas dalam pemberdayaan ekonomi salah satunya mendirikan usaha industri kecil dan rumah tangga. Hal ini melihat dari peranan industri yang mendasari keberadaannya di Indonesia yaitu Pertama, industri yang menghasilkan produk baik setengah jadi atau dan barang jadi (BPS, 2021) sehingga penghasil tenaga kerja yang produktif (Putra, dkk. 2020). Kedua, keberadaan industri dalam mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, keunggulan industri kecil dan rumah tangga sekitar 99,19% karena diyakini lebih fleksibilitas ketimbang usaha besar dari keseluruhan usaha di sektor industri (Fatria, 2017). Perkembangan industri dapat dilihat pada publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Magetan pada tahun 2020, bahwa, jumlah industri rumah tangga di terdapat peningkatan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan. Selain semakin bertambahnya jumlahnya industri di Magetan yang berperan dalam penyediaan lapangan pekerjaan, juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat (Suci, 2017). Salah satu usaha industri di Magetan adalah industri rumah tangga Jamur Krispy Cak Wan yang bergerak di bidang usaha pembudidayaan jamur tiram dan pengolahan pasca panen jamur tiram.

Usaha Jamur Krispy Cak Wan didirikan pada tahun 2017. Adapun jumlah penjualan setiap bulan mengalami jumlah yang berfluktuatif terlebih pada saat pandemi covid-19 sehingga terjadi ketidakstabilan ekonomi. Hal inilah menjadikan sebagian besar industri mengalami penurunan penjualan dan pendapatan (Sugiarti, Sari, & Hadiyat, 2020). Berdasarkan latar belakang diatas maka diperlukan studi mengenai nilai kepuasan konsumen terhadap produk yang dijual agar dapat terus diminati dan yang diinginkan oleh konsumen (Assauri, 1978). Adapun tujuan penelitian ini yaitu, menganalisis tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja Jamur Krispy Cak Wan serta menganalisis tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja Jamur Krispy Cak Wan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

## METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha Jamur Krispy Cak Wan Magetan yang beralamat di Kedung Panji Lembeyan Magetan dan dilaksanakan pada bulan September-Oktober 2021. Metode Penentuan sampling yaitu menggunakan metode accidental sampling yaitu jumlah atribut dikalikan dengan 5 (Hair et al, 1996) sehingga menggunakan 35 responden. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapat dari pemilik usaha jamur crispy kepada peneliti. Sedangkan data sekunder didapat diperoleh melalui teknik pengumpulan data kuesioner dan wawancara.

### Metode Analisis Data

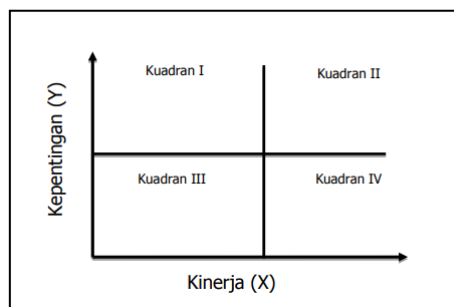
Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif menjelaskan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja produk melalui metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

#### 1. Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis (IPA)* dikenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977 dalam Pratiwi dan Santoso (2020) yang merupakan metode sederhana yang menganalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja dan kepentingan dari suatu organisasi yang diukur dari kepuasan (Kotler, 2003).

Hasil yang dicari adalah nilai kesenjangan yang kemudian digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari kualitas produk. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan yang digunakan untuk menentukan skala prioritas yang dapat dilihat di Diagram Kartesius.

Diagram Kartesius memiliki 4 kuadran. 1. Kuadran I (*Concentrate These*) adalah kuadran yang menunjukkan tingkat kepentingan tinggi tetapi tingkat kinerja kualitas produk rendah. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. 2. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*) adalah kuadran yang menunjukkan tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kinerja kualitas produk juga tinggi sehingga variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena diinginkan oleh pelanggan. 3. Kuadran III (*Low Priority*) adalah kuadran yang menunjukkan tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja kualitas produk juga rendah. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan karena belum sesuai keinginan pelanggan. 4. Kuadran IV (*Possible Overkill*) adalah kuadran yang menunjukkan tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja yang tinggi sehingga variabel yang ditunjukkan dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan sehingga perlu dipertimbangkan kembali (Wibowo, dkk. 2019).



Gambar 1. Diagram Kartesius

**2. Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap tingkat kinerja kualitas produk pada variabel yang diukur.

Stratford (2004) dalam Wibowo, dkk (2019) metode pengukuran CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut:

- a. Mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja produk dari setiap atribut digunakan menggunakan skala Likert.
- b. Menentukan rata-rata tingkat kinerja atau *Mean Importance Score* (MIS-i) yaitu nilai tingkat kinerja tiap variabel dibagi dengan jumlah responden dan rata-rata tingkat kepentingan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS-i) juga sama yaitu nilai tingkat kepentingan tiap variabel dibagi jumlah responden.
- c. Weight Factor (WF-i) atau factor pembobot didapatkan dari nilai MIS-i dibagi jumlah total MIS.
- d. Weighted Score (WS) didapat dari nilai MSS-i dikali Weighting Factor (WF-i).
- e. Weight Average Total (WAT) didapat dari jumlah total WF
- f. Customer Satisfaction Index, yaitu fungsi dari nilai Weight Average Total (WAT) dibagi dengan Highest Scale (HS) atau yang dinyatakan dalam persen.

Hasil nilai CSI kemudian dapat dikriteriakan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Kriteria CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,56	Kurang Puas
0,00-0,34	Tidak Puas

Sumber: (Wibowo, dkk, 2019)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Quisioner**

Hasil uji validitas dan uji reabilitas pada penelitian menunjukkan bahwa 7 variabel telah diuji validitas terhadap 35 responden dan mendapat nilai 0,84. Tetapi terdapat 1 variabel yang tidak valid yaitu pada tingkat kepentingan. Variabel tersebut adalah bentuk kemasan yang kemudian variabel dihilangkan. Keenam variabel yang tersisa kemudian di uji kembali dan menunjukkan reliabel untuk diuji dalam penelitian. Variabel yang memiliki nilai Cronbach’s Alpha melebihi 0,6 maka dinyatakan reliabel atau variabel dinyatakan tepat dan handal untuk bisa dijadikan kuisisioner (Ghozali, 2005).

**Tingkat Kesesuaian Kualitas Produk Jamur Krispy Cak Wan**

**Analisis Kesenjangan (GAP)**

Nilai kesenjangan dapat menunjukkan tingkat kepuasan konsumen dengan melihat nilai kesenjangan jika rendah maka memiliki kepuasan konsumen tinggi dan begitu sebaliknya (Kotler, 2003). Berikut hasil nilai kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yaitu:

**Tabel 2.** Nilai Kesenjangan

Atribut	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	GAP
Tingkat Kerenyahan (1)	7,29	9,49	-2,19
Labeling (2)	6,74	8,54	-1,80
Harga (3)	7,74	9,60	-1,86
Rasa (4)	7,94	9,20	-1,26
Ukuran Kemasan (5)	7,66	9,03	-1,37
Masa Kadaluarsa (6)	7,54	9,06	-1,52

Sumber: (Data diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 2 didapatkan hasil nilai kesenjangan terendah pada rasa (3) yaitu 1,26 dan tertinggi pada variabel tingkat kerenyahan yaitu 2,19.



### Tingkat Kesesuaian Antara Nilai Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan

Tingkat kesesuaian diharapkan dapat melihat kesesuaian antara tingkat kepentingan yaitu harapan konsumen terhadap tingkat kinerja produk Jamur Krispy Cak Wan (Supranto, 2011). Didapatkan hasil tingkat kesesuaian sebagai berikut:

**Tabel 3.** Nilai Kesesuaian

Atribut	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
Tingkat Kerenyahan (1)	7,29	9,49	76,90 %
Labeling (2)	6,74	8,54	78,92 %
Harga (3)	7,74	9,60	80,62 %
Rasa (4)	7,94	9,20	86,30 %
Ukuran Kemasan (5)	7,66	9,03	84,83 %
Masa Kadaluausa (6)	7,54	9,06	83,22 %

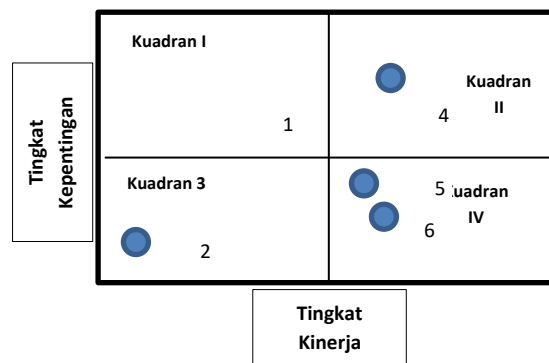
Sumber: (Data diolah, 2021)

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan hasil bahwa tingkat kesesuaian tinggi pada variabel rasa yaitu sebesar 86,30%. Hal ini menunjukkan bahwa varian rasa pada Jamur Krispy Cak Wan sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Perlunya memberikan kualitas rasa yang terbaik untuk produk yang dijual adalah karena rasa menjadi faktor penting bagi konsumen dalam memilih produk makanan (Hamsiah dan Asdar, 2019).

Sedangkan tingkat kerenyahan memiliki nilai 76,90 % yaitu tingkat kesesuaian terendah. hal ini menunjukkan harapan konsumen tinggi tetapi tidak diikuti oleh tingkat kinerja produk sehingga perlu diperbaiki agar dapat memenuhi harapan dan keinginan konsumen. Spesifikasi produk makanan khususnya krispy diperlukan kerenyahan dan produk tahan lama yang berkualitas tinggi (Wibowo dkk, 2019).

### Importance Performance Analysis (IPA)

Terdapat dua analisis yaitu analisis kesenjangan dan analisis kuadran. Hasil dari nilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja akan dimasukkan pada diagram kartesius untuk mengetahui tingkat posisi masing-masing karena dengan mengetahui posisi kualitas produk maka dapat memenuhi harapan yang diinginkan konsumen (Tjiptono dan Diana, 2001). Berikut diagram kartesius:



**Gambar 3.** Diagram kartesius

Berdasarkan gambar 3 didapatkan hasil yaitu pada kuadran I terdapat variabel tingkat kerenyahan (1). Pada kuadran II terdapat variabel rasa (4) dan harga (3). Pada Kuadran III terdapat variabel *labeling* (2) sedangkan pada kuadran IV yaitu variabel ukuran kemasan (5) dan masa kadaluarsa (6). Didapatkan hasil rata-rata pada tingkat kepentingan yaitu sebesar 9,15 dan tingkat kinerja yaitu sebesar 7,48.

Kuadran I menunjukkan bahwa tingkat kepentingan tinggi tetapi tidak disertai tingkat kinerja dari produk sehingga perlu ditingkatkan. Variabel pada kuadran ini adalah tingkat kerenyahan. Hal ini dikarenakan tingkat kerenyahan menjadi salah satu faktor promosi kepada konsumen untuk membeli produk sebagai kepuasan yang diharapkan konsumen atas kinerja produk tersebut (Wibowo dkk, 2019).

Kuadran yang memiliki posisi perlu dipertahankan yaitu pada kuadran II yaitu rasa dan harga hal ini sudah memenuhi harapan konsumen dan hal ini rasa merupakan hal penting yang mempengaruhi kualitas (Maimunah, 2020) sedangkan harga menunjukkan positif terhadap kualitas

produk sehingga konsumen biasanya bersedia membayar lebih untuk produk yang sesuai keinginan konsumen atau yang memiliki kualitas tinggi (Chaniago, 2020).

Kuadran III memiliki posisi dimana tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja dari produk juga rendah. Sehingga perlu dipertimbangkan karena kemungkinan konsumen menganggap tidak penting atau cukup untuk variabel labeling pada kemasan Jamur Krispy Cak wan. Perlunya labeling adalah cara mengenalkan spesifikasi produk kepada konsumen dan hal ini juga perlu pada setiap kemasan produk (Christianto dan Harjanti, 2020).

Variabel ukuran kemasan dan masa kadaluarsa terdapat di kuadran IV yang mana menunjukkan variabel tersebut kurang penting bagi konsumen tetapi produk memberikan pelayanan yang lebih. Ukuran kemasan dapat dijadikan alat sebagai promosi produk untuk menarik konsumen selain itu juga dapat membangun ekuitas merek (Winardi, 1992). Sedangkan masa kadaluarsa digunakan sebagai jaminan kualitas produk dimana produk tersebut ada batasan waktu konsumsi sehingga menjaga kualitas produk dan kesehatan konsumen (Hermanto, 2019).

### Customer Satisfaction Index (CSI)

Tingkat kepuasan konsumen dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berikut tabel tingkat kepuasan:

Tabel 5. Tingkat Kepuasan

Atribut	MIS	WF	MSS	WS
Tingkat Kerenyahan (1)	2,55	0,16	3,32	0,5
Labeling (2)	2,36	0,15	2,99	0,4
Harga (3)	2,71	0,17	3,36	0,6
Rasa (4)	2,78	0,18	3,32	0,6
Ukuran Kemasan (5)	2,68	0,17	3,16	0,5
Masa Kadaluarsa (6)	2,64	0,17	3,17	0,5
Total	15,72	1	19,32	3,1

Sumber: (Data Diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan hasil nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah  $\frac{3,1}{5} \times 100\% = 62\%$ . Hal ini didapatkan dari *Weighted Score* (nilai pembobot) dibagi 5 sebagai nilai HS karena penggunaan skal Likert anatar 1-5. Hasil 0,62 atau dalam bentuk persen sebesar 62 % menunjukkan konsumen merasa cukup puas akan kualitas produk Jamur Krispy Cak Wan Magetan (Wibowo, dkk. 2019). Tetapi diperlukannya perbaikan nilai dari variabel yang digunakan pada tingkat kinerja produk yang bisa didapat dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) agar nilai CSI bisa meningkat dan mendapatkan hasil yang sangat memuaskan konsumen (Fadillah, dkk. 2020).

### KESIMPULAN

Nilai kesesuaian didapatkan nilai sebesar 80,88 % yang menunjukkan nilai kurang dari 100% sehingga tingkat kinerja produk masih belum sesuai dengan tingkat kepentingan. Perlunya diperbaiki kembali dengan melihat hasil pada kuadran I yaitu variabel tingkat kerenyahan yang masih dirasa kurang bagi konsumen dan pada kuadran III yaitu variabel *labeling* yang dirasa masih kurang menarik konsumen. Sedangkan kuadran II terdapat variabel rasa dan harga yang dirasa sudah sesuai dengan konsumen dan pada kuadran IV terdapat variabel ukuran kemasan dan masa kadaluarsa yang dirasa sudah baik tidak perlu diperbaiki.

Tingkat kepuasan konsumen didapatkan hasil yaitu 0,62 atau 62% dimana hal ini menunjukkan konsumen cukup puas dengan produk Jamur Krispy Cak Wan dan diperlukannya perbaikan dari hasil IPA untuk dapat meningkatkan kinerja produk.

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka diperlukannya kembali observasi untuk peningkatan bagaimana cara menjaga dan meningkatkan tingkat kerenyahan yang tahan lama sehingga bisa dinikmati konsumen setiap waktu. Perlu peningkatan terhadap SDM industri Jamur Krispy Cak Wan dalam peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk dalam mengembangkan usaha dan perlu dukungan pemerintah untuk menunjang peralatan dalam produksi sehingga didapatkan produk yang tepat dimata konsumen dan dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Lincolin dan Kusuma, Stephanus Eri. 2014. *Ekonomika Industri Pendekatan Struktur, Perilaku Dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Assauri, Sofjan. 1978. *Managemen Produksi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Azmiral. 2014. *Strategi Pengolahan Krispi Jamur di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru (Studi Kasus Kemitraan Agro Intan Nusantara)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Volume 1. Nomor 2.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Perkembangan Industri*. <https://magetankab.bps.go.id/>.
- Chaniago, Harmon. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. *International Journal Administration, Business and Organization*, 2020, Vol. 1 (2), 2020: 59-69.
- Christianto, Kelvin dan Harjanti, Dhyah. 2020. Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Decision dengan Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening pada Produk Tepung Bumbu Krispi Merek Si Buyung. *AGORA* Vol. 8, No. 2 (2020).
- Fadillah, Haris., Aulia F. Hadining, Rianita Puspa Sari. 2020. Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, Vol. 15, No. 1, Januari 2020.
- Fatria, Muhammad Akbar. 2017. Strategi Pengembangan Industri Rumahtangga di Kota Pekan Baru (Studi Kasus Usaha Jamur Crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram). *Jurnal JOM Fekom*, Vol. 4 No. 1. Pekan Baru.
- Hair, Ir. Joseph, E, Ronald. And L. William. C. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall. New Jersey.
- Hamsiah, Andi dan Asdar. 2020. Upaya Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Proses Pembaruan Olah Jamur di Kel. Urahan Bitowa kecamatan Manggala, Makassar Sulawesi Selatan. *Jurnal Ecosystem* Volume 19 Nomor 3, September - Desember 2019.
- Hermanto, Stefanus Klinsi. 2019. *Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Makanan Tanpa Tanggal Kadaluarsa*. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*. Vol. 10 Nomor 2 Oktober 2019.
- Imam Ghozali. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. 11st edition. Prentice Hall, New Jersey.
- Maimunah, Siti. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal IQTISHADEquity*. Vol. 1, No. 2.
- Pratiwi, Shindytya Hari dan Santoso, Budi. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan di Viva Beauty Center Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Juminten: Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi* Vol. 01, No. 06, Tahun 2020, Hal 145-156.
- Putra, Alexander Carferix, Calvin Kovaldo, Giovanni Putri Hendrata, Helen Adriana Wijaya, Jennifer Aurelia, Vincent Yovian, Evan Evander Subagyo. 2020. Analisis Faktor dan Penerapan Metode Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah: Usaha Camilan Olahan Jamur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat* Vol 2. No. 2.
- Putra, Saka. 2017. Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit dan Bolu. (Menggunakan Struktural Conduct Performance/SCP). *JOM Fekon*, Vol.4 No.1 (Februari) 2017.
- Suci, Yuli R. 2017. Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia. *Jurnal Cano Ekonomos*, vol.6, no.1, 2017, pp.51-58.
- Sugiarti, Y., Sari, Y, dan Hidayat, M. A. 2020. Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Sambal Di Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kumawula* Vol 3, No. 2.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pangsa*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F dan A. Diana. 2001. *Total Quality Management*. Penerbit Andi. Yogyakarta.





- Wibowo, Yuli, Bambang Herry Purnomo, Ulfa Nur Aida. 2019. Analisis Kualitas Jamur Krispy Berbasis Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: IKM Berkah Cinta Trenggalek). *Agrointek* Volume 13 No 2 Agustus 2019: 91-99.
- Winardi. 1992. *Aspek-aspek Manajemen Pemasaran*. Bandar Maju. Bandung