

Hasil Penelitian

Diterima 6 Feb 2019

Disetujui 27 Mei 2019

PENGUKURAN KEPUASAN KONSUMEN PADA KANTIN INSTITUT TEKNOLOGI SUMATERA MENGGUNAKAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*

Hesti Ayuningtyas Pangastuti*, Lasuardi Permana
Institut Teknologi Sumatera, Lampung Selatan

ABSTRAK: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di kantin Rumah Kayu, Institut Teknologi Sumatera. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode sampling secara purposif dilakukan dengan jumlah 94 responden, sebagian besar adalah mahasiswa. Atribut yang paling penting berdasarkan persepsi konsumen adalah keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan, sedangkan atribut yang memiliki performa paling baik adalah variasi menu. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa harga produk, kesesuaian harga dan kualitas, kesesuaian harga dan kuantitas, area makan yang nyaman dan menarik secara visual, dan kecepatan penyajian merupakan atribut-atribut yang memiliki prioritas tinggi untuk diintervensi. Hasil analisis CSI menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen adalah 72,33% dan dikategorikan sebagai 'memuaskan'. Oleh karena itu, perbaikan beberapa atribut diperlukan sesuai dengan prioritas yang disarankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: CSI, IPA, kantin, kepuasan konsumen, layanan makanan

ABSTRACT: The objective of this study was to investigate the level of customer satisfaction in Rumah Kayu cafeteria at Institut Teknologi Sumatera. The study was conducted by using *Importance-Performance Analysis* (IPA) and *Customer Satisfaction Index* (CSI). Sampling method by purposive sampling was carried out with 94 respondents, mostly were students. The most important attribute from cafeteria customer perception was safeness and cleanliness of food and drink served, whereas the top performance attribute was menu variation. The results of IPA analysis showed that product price, price-quality fairness, price-quantity fairness, dining area comfortability and visual attractiveness, and quick serving were identified as high priorities for intervention. Finding based on CSI analysis showed that the level of customer satisfaction was 72.33% and categorized as 'satisfied'. Therefore, improvement of some attributes required in accordance with priorities that have been generated by this study in order to improve customer satisfaction.

Keywords: CSI, cafeteria, customer satisfaction, food service, IPA

PENDAHULUAN

Layanan makanan (*food service*) perguruan tinggi adalah salah satu sektor penting dalam industri layanan makanan. Di Indonesia, terdapat 121 perguruan tinggi negeri dan 3.104 perguruan tinggi swasta yang melayani sekitar 5,8 juta mahasiswa yang tersebar di seluruh negara (Badan Pusat Statistik, 2016). Seluruh mahasiswa tersebut

berkontribusi milyaran rupiah per hari pada perputaran uang melalui layanan makanan.

Tuntutan dan harapan yang tinggi dari konsumen menyebabkan persaingan yang ketat diantara operator layanan makanan yang berasal dari institusi maupun di luar kampus. Evaluasi layanan makanan di kampus menjadi penting karena pengabaian terhadap permintaan konsumen akan

* Email korespondensi:
hesti.pangastuti@tp.itera.ac.id

mengakibatkan penurunan permintaan (Knutson, 2000).

Kepuasan konsumen sering digunakan untuk mengevaluasi kinerja tenant dan memprediksi kesan pelanggan tentang restoran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berhubungan dengan pembelian produk/jasa berulang, adanya loyalitas merek, serta promosi dari mulut ke mulut (Oh, 2000; Yuksel dan Yuksel, 2002). Banyak metode telah digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen, namun pengukuran kepuasan konsumen pada kantin memiliki beberapa poin penting. Pertama, *service quality* diyakini memiliki efek positif pada kepuasan konsumen, dimana meningkatnya *service quality* akan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen (Ennew dan Binks, 1999). Metode *service quality* juga telah banyak dikembangkan, seperti metode SERVQUAL oleh Parasuraman *et al.* (1988) dan metode *satisfaction-service quality* oleh Oliver (1993). Untuk mendapatkan nilai yang akurat dari kepuasan konsumen dalam layanan makanan, Stevens *et al.* (1995) mengembangkan DINESERV sebagai alat untuk mengukur *service quality* di restoran.

Pengukuran pelayanan makanan di kantin universitas sangat berbeda. Faktor lain, seperti harga, dianggap sebagai faktor penting yang merujuk pada kepuasan (Liang dan Zhang 2009; Garg dan Kumar, 2018). Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa indikator kepuasan konsumen pada layanan makanan adalah berbeda-beda, sesuai dengan lokasi dan sasaran konsumen. Jasa layanan makanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat mempengaruhi perilaku untuk melakukan pembelian berikutnya (Oktaviani dan Suryana, 2005).

Untuk mencapai kepuasan konsumen yang memadai, ada banyak metode yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen. Dalam makalah ini, dilakukan pengukuran kepuasan konsumen kantin universitas menggunakan dua metode, yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode IPA memiliki beberapa keunggulan, seperti

kemampuan untuk menunjukkan atribut tertentu yang perlu dinaikkan atau dikurangi untuk mencapai kepuasan konsumen, hasil yang mudah diinterpretasikan, skala yang mudah dipahami, dan berbiaya rendah (Anggraini *et al.*, 2015). Sedangkan, CSI menyediakan pengukuran sederhana tentang kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) mengidentifikasi karakteristik pelanggan, dalam hal ini merupakan studi kasus dari kantin Rumah Kayu di Institut Teknologi Sumatera; (2) mengidentifikasi tingkat kepentingan dan kinerja pada beberapa atribut yang diuji; dan (3) menyelidiki indeks kepuasan konsumen menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

METODE PENELITIAN

Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini pengukuran kepuasan konsumen kantin di Institut Teknologi Sumatera dilakukan dengan menggunakan dua metode, yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA) (Martilla dan James, 1977) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Chan *et al.*, 2003). Penilaian menggunakan dua metode akan memberikan data yang komprehensif untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di kantin. Target populasi untuk penelitian ini adalah pelanggan yang mengunjungi kantin Rumah Kayu di Institut Teknologi Sumatera dan memiliki frekuensi untuk mengunjungi kantin setidaknya lima kali. Jumlah responden yang berhasil diminta mengisi kuesioner adalah 110 orang, dimana terdapat 94 orang yang melengkapi keseluruhan isi kuesioner. Survei dilakukan selama seminggu pada bulan November 2018 di hari kerja (Senin hingga Jumat) mulai pukul 08.00 hingga 16.00 sore.

Kuesioner terdiri dari tiga bagian. Bagian pertama dari pertanyaan adalah mengenai karakteristik demografis pelanggan, yaitu meliputi usia, jenis kelamin, asal daerah, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pengeluaran per bulan. Semua karakteristik demografis di atas diukur menggunakan skala nominal.

Bagian kedua dari kuesioner mengukur harapan pelanggan tentang kantin. Dua puluh pertanyaan digunakan, dengan pengukuran skala 5-likert, dari "tidak penting (1)", "netral (3)", hingga "sangat penting (5)". Dalam kuesioner ini, responden ditanya mengenai tingkat kepentingan setiap atribut dalam kuesioner. Bagian ketiga dari kuesioner meminta responden untuk menilai perspektif mereka tentang pengalaman bersantap di kantin Institut Teknologi Sumatera. Data kemudian dikumpulkan dan dianalisis.

Analisis Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, kesahihan kuesioner diuji menggunakan 25 responden dan hasilnya dinilai menggunakan *Pearson-Product Moment Correlation* untuk uji validasi dan *Alpha Cronbach* untuk uji reliabilitas. Pertanyaan yang tidak valid dimodifikasi hingga validitas konten memenuhi syarat. Data mengenai kepuasan konsumen dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode IPA terkait dengan kepentingan dan kinerja dari perspektif pelanggan (Martilla dan James, 1977). Penilaian metode IPA dilakukan dengan menggunakan 19 atribut yang diplot dalam diagram *Cartesius*. Grafik yang disajikan pada pegangan dibagi menjadi empat kuadran. Sumbu X didefinisikan sebagai nilai rata-rata kinerja, sedangkan sumbu Y didefinisikan sebagai nilai penting. Untuk memahami dengan jelas tentang 20 atribut yang diukur, atribut tersebut dikategorikan ke dalam 4 kuadran. Setiap kuadran digunakan untuk memberikan alternatif strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

CSI didefinisikan sebagai respons konsumen terhadap evaluasi antara persepsi harapan dan kinerja (Yi, 1990). Teknik pengukuran CSI adalah dengan menghitung *Weighting Factors* (WF) yang didapat dari rerata presentase tingkat kepentingan masing-masing atribut dari total skor rerata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut yang diuji. *Weight Mean Total* (WT) dihitung dengan total dari nilai *Weighting Score* (WS)

keseluruhan. Selanjutnya, CSI dihitung dengan membagi *Weight Mean Total* (WT) dengan skala maksimum (skala terbesar, yaitu 5), kemudian dikalikan 100%. Tingkat kepuasan konsumen kemudian dihitung dengan kategorisasi antara lain sangat puas (0,81-100), puas (0,66-0,80), cukup puas (0,51-0,65), kurang puas (0,35-0,50), dan tidak puas (0,00-0,34).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Sebanyak 94 pengunjung kantin diminta untuk mengisi kuesioner. Profil demografis responden dijelaskan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik demografis responden (n=94)

Variabel	Frekuensi	(%)
Jenis kelamin		
Pria	35	37.23
Wanita	59	62.77
Usia		
< 20 tahun	76	80.85
20-30 tahun	17	18.09
31-40 tahun	1	1.06
≥ 41 tahun	0	0
Daerah asal		
Lampung	58	61.70
Sumatera (non-Lampung)	20	21.28
Jawa, Bali, Nusa Tenggara	16	17.02
Kalimantan	0	0
Sulawesi	0	0
Papua	0	0
Pendidikan terakhir		
Sekolah Menengah Atas	90	95.74
Diploma	0	0
Sarjana	1	1.06
Pascasarjana	3	3.20
Pekerjaan		
Mahasiswa	90	95.74
Dosen	3	3.19
Pegawai kampus	1	1.07
Lainnya	0	0
Pengeluaran bulanan		
< 1 juta rupiah	39	41.49
1-2 juta rupiah	46	48.94
2-3 juta rupiah	8	8.51
3-4 juta rupiah	0	0
≥ 4 juta rupiah	1	1.06

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa jenis kelamin responden adalah 37,23% pria dan 62,77% wanita. Kelompok usia responden hampir homogen, dengan 80,85% responden berusia kurang dari 20 tahun, dan sisanya berusia 20-30 tahun dan

mewakili 17,02% dari total responden. Asal daerah Lampung (61,70%) mendominasi orisinalitas responden. Sebagian besar responden memiliki pendidikan dan pekerjaan terakhir yang homogen. Sekolah Menengah Atas (95,74%) mendominasi kelompok pendidikan terakhir dan mahasiswa (95,74%) mendominasi kelompok pekerjaan. Pengeluaran bulanan

responden mayoritas adalah antara 1-2 juta rupiah (48,94%) dan kurang dari satu juta (41,49%)

Persepsi Kepuasan konsumen Kantin

Pengukuran kepuasan konsumen berdasarkan metode Importance Performance Analysis dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2 Skor Importance Performance Analysis

No	Atribut	Tingkat kepentingan (Y)	Tingkat kinerja (X)
1	Variasi menu	4.52	4.01
2	Rasa makanan dan minuman	4.73	3.85
3	Keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan	4.84	3.77
4	Cara penyajian makanan	3.96	3.65
5	Mengetahui nilai gizi makanan dan minuman yang disajikan	3.89	3.19
6	Menyajikan makanan dengan suhu yang sesuai	3.71	3.46
7	Harga produk	4.57	3.41
8	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	4.55	3.45
9	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	4.45	3.46
10	Fasilitas kantin	4.32	3.61
11	Area makan yang nyaman dan menarik secara visual	4.38	3.62
12	Ruang makan yang bersih dan rapi	4.57	3.63
13	Karyawan yang sopan, ramah, dan peduli	4.48	3.72
14	Penanganan keluhan konsumen	4.15	3.38
15	Kemampuan karyawan untuk berkomunikasi satu sama lain	4.00	3.50
16	Karyawan berpakaian rapi, bersih, dan sopan	4.00	3.76
17	Kesigapan karyawan	4.27	3.72
18	Kecepatan penyajian	4.45	3.55
19	Ketepatan penyajian (yang diorder benar-benar sesuai permintaan)	4.51	3.85

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga atribut teratas yang penting bagi pelanggan kantin adalah keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan (4,84), rasa makanan dan minuman (4,73), dan harga produk (4,57). Atribut yang paling penting bagi pelanggan terkait dengan keamanan pangan. Pengetahuan keamanan pangan penting untuk mencegah pelanggan dari penyakit bawaan makanan (*foodborne disease*). Seluruh pelanggan merupakan mahasiswa atau akademisi, sehingga mereka memiliki pengetahuan yang cukup mengenai keamanan pangan ketika mempertimbangkan tempat untuk makan. Beberapa penelitian dengan metode yang berbeda juga memiliki kesamaan terkait pentingnya keamanan pangan dari perspektif pelanggan (Nadzirah *et al.*, 2013, Wulansari *et al.*, 2013). Atribut penting kedua adalah rasa makanan dan minuman. Rasa makanan

yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan menghasilkan perasaan makan yang menyenangkan. Hasil ini serupa dengan penelitian Chang *et al.* (2014), dimana kualitas makanan adalah dimensi penting yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Harga produk menduduki peringkat ketiga berdasarkan tingkat kepentingannya, dimana hal ini berarti mahasiswa juga mempertimbangkan makanan dengan harga yang wajar. Atribut yang tidak terlalu penting menurut konsumen kantin adalah menyajikan makanan dengan suhu yang sesuai (3,71) dan mengetahui nilai gizinya (3,89). Ini berarti bahwa pelanggan tidak mempertimbangkan suhu dalam penyajian makanan. Kurangnya kepedulian terhadap kandungan gizi dalam makanan yang disajikan diduga terjadi karena sebagian besar pelanggan berusia kurang dari 30 tahun (Brown *et al.*, 2000).

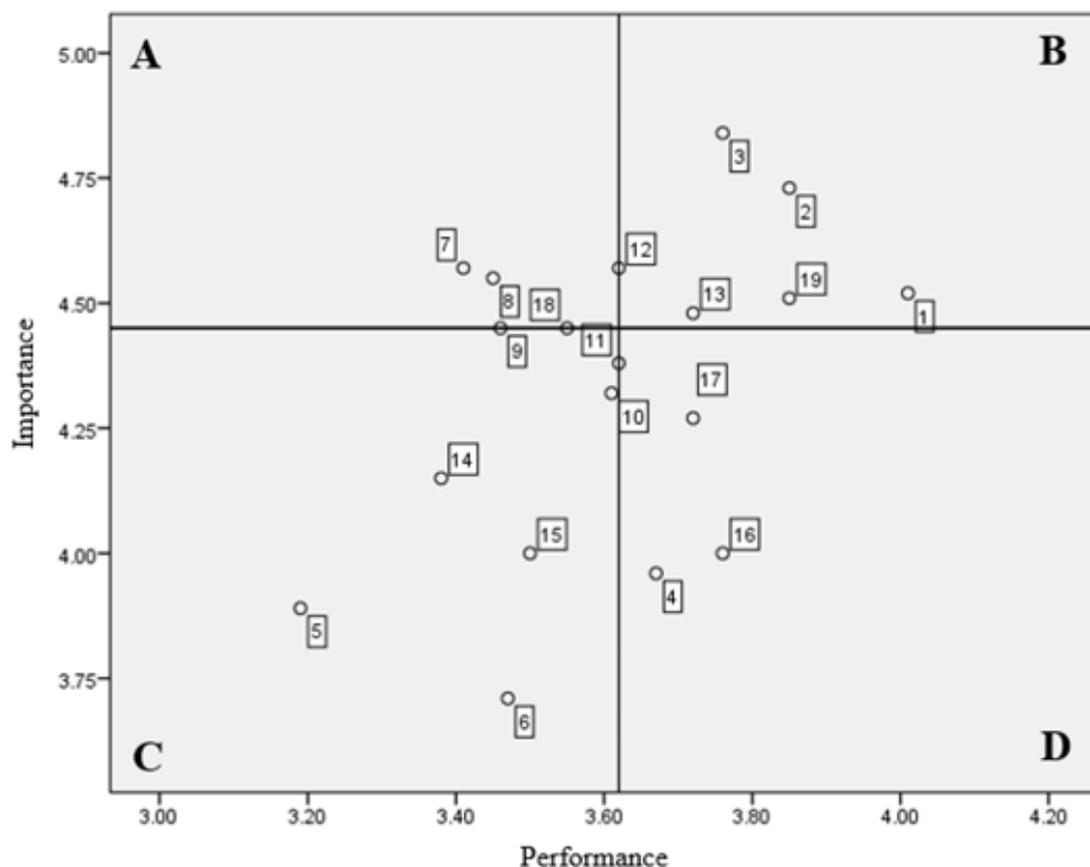
Tiga atribut kinerja teratas yang menggambarkan pengalaman konsumen tentang kantin Rumah Kayu adalah variasi menu (4,01), rasa makanan dan minuman (3,85), dan keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan (3,77). Atribut-atribut ini menggambarkan kekuatan dan karakter kantin. Atribut kinerja terburuk adalah memahami nilai gizi makanan dan minuman yang disajikan (3,19) dan penanganan keluhan konsumen (3,38).

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA)

Tingkat kepentingan dan kinerja pada masing-masing atribut diperoleh dengan menggabungkan sumbu koordinat X dan Y, di mana sumbu X adalah tingkat kepentingan dan sumbu Y adalah kinerja. Diagram kemudian dibagi menjadi empat kuadran. Analisis kuadran digunakan untuk menentukan respon pelanggan terhadap atribut yang diplot berdasarkan tingkat

kepentingan dan kinerja setiap atribut. Penelitian Garg dan Kumar (2017) menunjukkan bahwa Pengaruh harga yang ditawarkan di kantin universitas memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Atribut area makan yang nyaman juga memerlukan perhatian, sehingga pihak manajemen perlu meningkatkan kenyamanan di ruang tersebut. Atribut penyajian cepat juga perlu ditingkatkan.

Kuadran B berisi atribut-atribut yang memiliki kepentingan dan kinerja yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu (atribut 1), rasa makanan dan minuman (atribut 2), keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan (atribut 3), karyawan yang sopan, ramah, dan peduli (atribut 13), dan ketepatan penyajian (atribut 19) dikategorikan dalam kuadran ini. Seluruh atribut tersebut harus dipertahankan kinerjanya karena dianggap sangat penting dan kinerjanya sangat memuaskan.



Gambar 1. Pengukuran kepuasan konsumen berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Kuadran C dikategorikan sebagai prioritas rendah, karena dianggap kurang penting oleh pelanggan dan memiliki tingkat kinerja yang biasa. Atribut yang dikategorikan dalam kuadran C adalah mengetahui nilai gizi makanan dan minuman yang disajikan (atribut 5), Menyajikan makanan dengan suhu yang sesuai (atribut 6), fasilitas kantin (atribut 10), penanganan keluhan konsumen (atribut 14), dan kemampuan karyawan untuk berkomunikasi satu sama lain (15). Atribut dalam kuadran ini merupakan

kelemahan minor dan tidak memerlukan upaya intervensi tambahan.

Kuadran D digambarkan sebagai kuadran yang memiliki tingkat kepentingan rendah menurut pelanggan meskipun memiliki kinerja yang baik, sehingga konsumen menganggap berlebihan. Cara penyajian makanan (atribut 4), karyawan berpakaian rapi, bersih, dan sopan (atribut 16), dan kesiapan karyawan (atribut 17) merupakan atribut yang masuk ke dalam kuadran ini.

Tabel 3. Pengukuran kepuasan konsumen berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

No	Atribut	Tingkat kepentingan (Y)	Weighted Factor	Tingkat kinerja (X)	Weighted Score
1	Variasi menu	4.52	0.055	4.01	0.220
2	Rasa makanan dan minuman	4.73	0.057	3.85	0.221
3	Keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan	4.84	0.059	3.76	0.221
4	Cara penyajian makanan	3.96	0.048	3.67	0.176
5	Mengetahui nilai gizi makanan dan minuman yang disajikan	3.89	0.047	3.19	0.151
6	Menyajikan makanan dengan suhu yang sesuai	3.71	0.045	3.47	0.156
7	Harga produk	4.57	0.055	3.41	0.189
8	Kesesuaian harga dengan kualitas makanan	4.55	0.055	3.45	0.191
9	Kesesuaian harga dengan kuantitas makanan	4.55	0.054	3.46	0.187
10	Fasilitas kantin	4.32	0.054	3.61	0.202
11	Area makan yang nyaman dan menarik secara visual	4.38	0.050	3.62	0.170
12	Ruang makan yang bersih dan rapi	4.57	0.049	3.62	0.170
13	Karyawan yang sopan, ramah, dan peduli	4.48	0.049	3.72	0.183
14	Penanganan keluhan konsumen	4.15	0.052	3.38	0.193
15	Kemampuan karyawan untuk berkomunikasi satu sama lain	4.00	0.054	3.50	0.192
16	Karyawan berpakaian rapi, bersih, dan sopan	4.00	0.054	3.76	0.211
17	Kesiapan karyawan	4.27	0.052	3.72	0.189
18	Kecepatan penyajian	4.45	0.053	3.55	0.192
19	Ketepatan penyajian (yang diorder benar-benar sesuai permintaan)	4.51	0.055	3.85	0.201
TOTAL		82.35		68.60	
RERATA		4.12		3.43	
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)			72.33%		

Indeks Kepuasan konsumen (CSI)

Metode penilaian CSI diukur dari sarana penting dan kinerja. Hasil CSI (Tabel 3) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan di kantin

Rumah Kayu adalah 72,33%. Nilai ini terletak dikisaran nilai 66-80%, menunjukkan bahwa kategori indeks kepuasan konsumen kantin adalah "Puas". Kepuasan konsumen yang tinggi menunjukkan kepuasan konsumen,

yang berkorelasi positif dengan kedatangan kembali ke tempat yang sama (Tzeng dan Chang, 2011). Hasil CSI tersebut dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan pada atribut kinerja berdasarkan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

KESIMPULAN

Karakteristik responden di Rumah Kayu telah dievaluasi. Sebagian besar subjek berusia kurang dari 20 tahun (80,85%) dan sebagian besar merupakan wanita (62,77%). Asal daerah responden didominasi oleh Lampung (61,70%) dan berpendidikan terakhir SMA (95,74%). Para responden tersebut sebagian besar adalah mahasiswa (95,74%) dengan pengeluaran bulanan sekitar 1-2 juta rupiah (48,94%).

Atribut terpenting berdasarkan persepsi pelanggan adalah keamanan dan kebersihan makanan dan minuman yang disajikan. Atribut kinerja terbaik pada kantin Rumah Kayu adalah variasi menu. Beberapa atribut, seperti harga produk, kesesuaian harga dengan kualitas makanan, kesesuaian harga dengan kuantitas makanan, area makan yang nyaman dan menarik secara visual, dan kecepatan penyajian perlu ditingkatkan sesuai dengan prioritas untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil CSI adalah 72,33%, menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen kantin dikategorikan sebagai "puas".

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kantin Rumah Kayu yang telah memberi dukungan dan ijin terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, L.D., Deoranto, P., & Iksari, D.M., 2015. Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*, 4(2), hal. 74-81.

Badan Pusat Statistik. 2016. Jumlah Perguruan Tinggi, Mahasiswa, dan Tenaga Edukatif Negeri dan Swasta di Bawah Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan menurut Provinsi 2013/2014-2014/2015.

<https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/14/1839/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-edukatif-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-provinsi-2013-2014-2014-2015.html>.

Diakses tanggal 25 Desember 2018.

- Brown, K., McIlveen, H., & Strugnell, C., 2000. Nutritional Awareness and Food Preferences of Young Consumers. *Nutrition and Food Science*, 30(5), pp. 230-235.
- Chan, L.K., Hui, Y.V., Lo, H.P., Tse, S.K., Tso, G.K.F., & Wu, M.L., 2003. Consumer Satisfaction Index: New Practice and Findings. *European Journal of Marketing*, 37 (5/6), pp. 872-909.
- Chang, M.L.D., Suki, N.M., & Nalini, A., 2014. A Structural Approach on Student's Satisfaction Level with University Cafeteria. *Asian Social Science*, 10(18)
- Ennew, C.T., & Binks, M.R., 1999. Impact of Participative Service Relationship on Quality, Satisfaction, and Retention: An Exploratory Study. *Journal of Business Research*, 46, pp. 121-132.
- Garg, A., & Kumar, J., 2017. Exploring Customer Satisfaction with University Cafeteria Food Service: An Empirical Study of Temptation Restaurant at Taylor's University, Malaysia. *EJTHR* 2017; 8(2), pp. 96-106.
- Knutson, B. J., 2000. College Students and Fast Food - How Students Perceive Restaurant Brands. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), pp. 68-74.
- Liang, X., & Zhang, S., 2009. Investigation of Customer Satisfaction in Student Food Service. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(1), pp. 113-124.
- Martilla, J.A., & James, J.C., 1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41, pp. 77-79.
- Nadzirah, S., Ab Karim, S., Ghazali, H., & Othman, M., 2013. University Foodservice: An Overview of Factors Influencing The Customers Dining Choice. *International Food Research Journal*, 20(3), pp. 1459-1468.

- Oh, H., 2000. Diners' Perception Of Quality, Value, and Satisfaction: A Practical Viewpoint. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(3), pp. 58-66.
- Oktaviani, R.W., & Suryana, R.N., 2005. Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro. *Jurnal Agro Ekonomi*, 24(1), hal. 41-58.
- Oliver, R.L., 1993. A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals, Different Concepts. *Advances in Services Marketing and Management: Research & Practice*, 2, pp. 65-85.
- Parasuraman, A., Berry L. L., & Zeithaml, V.A., 1988. SERVQUAL: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of The Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-40.
- Tzeng, G.H., & Chang, H.F., 2011. Applying Importance Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry. *Journal of Technology Management and Innovation*, 6(3)
- Wulansari, A., Setiawan, B., & Sinaga, T., 2013. Penyelenggaraan Makanan dan Tingkat Kepuasan Konsumen di Kantin Zea Mays Institut Pertanian Bogor. *Jurnal Gizi dan Pangan*, 8(2), hal.151-158.
- Yi, Y. 1990. A Critical Review of Customer Satisfaction, Zeithaml, V.A. (ed.): *Review of Marketing*, American Marketing Association, II, pp. 68-123, Chicago.
- Yuksel, A. & Yuksel, F. 2002. Measurement of Tourist Satisfaction with Restaurant Services: A Segment-Based Approach. *Journal of Vacation Marketing*, 9(1), pp. 52-68.

BIODATA



Hesti Ayuningtyas Pangastuti, S.TP, M.Sc. dilahirkan pada 13 Juni 1990. Mendalami bidang Ilmu dan Teknologi Pangan dengan gelar sarjana dari Universitas Sebelas Maret Surakarta dan magister dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Saat ini berkarir sebagai staf pengajar di Institut Teknologi Sumatera pada program studi Teknologi Pangan



Lasuardi Permana, S.TP, M.Sc. dilahirkan pada 16 Oktober 1986. Menyelesaikan gelar sarjana pada jurusan Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian di Universitas Gadjah Mada, dan menyelesaikan gelar master Ilmu dan Teknologi Pangan di universitas yang sama. Pernah melaksanakan riset di Kagawa University, Jepang. Saat ini berkarir sebagai staf pengajar di Institut Teknologi Sumatera pada program studi Teknologi Pangan

Jurnal Teknologi Pangan dan Kesehatan (*The Journal of Food Technology and Health*)

Memuat artikel ilmiah berupa hasil penelitian bidang teknologi pangan dan gizi

Diterbitkan oleh Fakultas Teknologi Pangan dan Kesehatan, Universitas Sahid, Jakarta

Web: http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/teknologi_pangan; E-mail: jtepakes@gmail.com