



EVALUASI KEPUASAN KONSUMEN *VERTICAL GARDEN* DI PT ARCHILEAF

Alfi Haryo¹ dan Armaeni Humaerah²

Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Email : ¹ Alfiharyo97@gmail.com

² armaeni.humaerah@uinjkt.ac.id



[10.15408/saj.v2i1.26439](https://doi.org/10.15408/saj.v2i1.26439)

ABSTRACT

Ornamental plants indoors (indoor plants) and outdoors (outdoor plants) can encourage the urban farming movement. As a potential business, the development of ornamental plant business at PT. Archileaf can be run and on the one hand looks quite profitable financially. However, the company must evaluate the services offered. This research was conducted with the aim of: Identifying the level of customer satisfaction in vertical garden making services at PT. Archileaf. Knowing the suitability between consumer expectations and service performance at PT. Archileaf. Knowing the attributes that need to be improved in improving service quality at PT. Archileaf. The data used in this study are: Primary data obtained through interviews with PT. Archileaf, the results of filling out the questionnaire directly from the respondents, and the results of observations. Secondary data obtained from literature review taken through literature from books, websites, scientific journals, theses and other writings related to this research. The method used in this research is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) which are processed with Microsoft Excel 2016 software tools and SPSS version 20 for Windows. The results of this study obtained that the analysis of the level of consumer satisfaction produces a CSI value of 74.79%, which means that consumers are satisfied, while the opportunity for dissatisfaction is 25.21%. The level

of conformity between the level of performance and the level of expectation is 87.59% and the chance of discrepancy is 12.41%. There are 5 priority attributes for improvement (responding to consumers, timely maintenance, plant warranty quality, company attitude and discount information) and attributes that must be maintained by PT. Archileaf has 15 attributes.

Keywords: Vertical Garden, Expectations, Performance, Satisfaction, Consumers

ABSTRAK

Tanaman hias di dalam ruangan (indoor plant) dan di luar ruangan (outdoor plant) dapat mendorong gerakan urban farming. Sebagai bisnis yang potensial, pengembangan bisnis tanaman hias di PT. Archileaf dapat dijalankan dan di satu sisi terlihat cukup menguntungkan secara finansial. Namun, perusahaan harus mengevaluasi layanan yang ditawarkan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk: Mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan pada jasa pembuatan taman vertikal di PT. Archileaf. Mengetahui kesesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja pelayanan pada PT. Archileaf. Mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada PT. Archileaf. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Data primer diperoleh melalui wawancara dengan PT. Archileaf, hasil pengisian kuesioner langsung dari responden, dan hasil observasi. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka yang diambil melalui literatur dari buku-buku, website, jurnal ilmiah, tesis dan tulisan-tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) yang diolah dengan software tools Microsoft Excel 2016 dan SPSS versi 20 for Windows. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa analisis tingkat kepuasan konsumen menghasilkan nilai CSI sebesar 74,79% yang berarti konsumen puas, sedangkan peluang ketidakpuasan sebesar 25,21%. Tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dengan tingkat harapan sebesar 87,59% dan peluang terjadinya selisih sebesar 12,41%. Ada 5 atribut prioritas untuk perbaikan (menanggapi konsumen, perawatan tepat waktu, kualitas garansi pabrik, sikap perusahaan dan informasi diskon) dan atribut yang harus dipertahankan oleh PT. Archileaf memiliki 15 atribut.

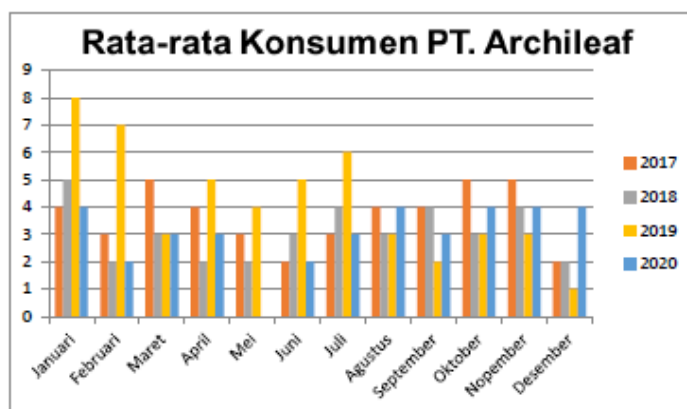
Kata kunci: Taman Vertikal, Harapan, Kinerja, Kepuasan, Konsumen

A. PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki potensi besar untuk dikembangkan yang menjadi salah satu sumber penyedia lapangan pekerjaan, penyumbang ekonomi nasional dan mendukung ketahanan pangan. Upaya mendorong sektor pertanian menjadi andalan (leading sector) dengan membangun industri pertanian. Industri pertanian adalah kegiatan yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang dan menyediakan peralatan serta jasa untuk kegiatan pertanian. Industri pertanian mencakup dari sektor hulu hingga sektor hilir. Sektor hulu menghasilkan peralatan dan mesin pertanian yang dimanfaatkan dalam kegiatan pertanian dan sektor hilir mengelola hasil pertanian hingga menjadi bahan baku yang siap untuk dikonsumsi. Salah satu ruang lingkup usaha dalam industri pertanian adalah bisnis jasa pertanian.

Salah satu bisnis jasa pertanian yang cukup populer serta bermanfaat adalah pembuatan taman. Taman merupakan areal yang berisikan komponen material keras dan lunak yang saling mendukung satu sama lainnya yang sengaja dibuat oleh manusia dalam kegunaannya sebagai tempat penyejuk di dalam dan luar ruangan. Taman dapat dibagi dalam taman alami dan taman buatan. Seiring dengan perkembangan teknologi, taman tidak selalu dibuat atau dibangun dengan lahan luas di halaman rumah, tetapi taman bisa dibuat pada dinding rumah, gedung maupun dinding jalan. Taman yang dibuat pada dinding atau disebut vertical garden adalah sebuah alternatif untuk membuat taman di lahan sempit. Taman vertikal juga dikenal dengan beberapa istilah seperti taman tegak, green wall, taman vertical, tanaman dan elemen taman lainnya yang diatur sedemikian rupa dalam sebuah bidang tegak. Dengan konsep ini, ruang tanam atau space bisa jauh lebih besar dibanding dengan taman konvensional, sehingga dapat menambah ruang hijau secara signifikan.

PT. Archileaf merupakan perusahaan yang menyediakan jasa pembuatan vertical garden. Perusahaan menyediakan pembuatan vertical garden menggunakan tanaman hias dengan tahapan layanan konsultasi pembuatan taman, desain interior taman, konstruksi pemasangan alat dan perawatan tanaman. PT. Archileaf membuat vertical garden menggunakan tanaman hias dengan berbagai jenis dan manfaat untuk dipilih oleh konsumen. Kondisi ini membuka peluang bisnis baru bagi para pedagang tanaman hias yang awalnya hanya menjual retail tanaman menjadi bisnis baru dengan jasa pembuatan taman. Pentingnya taman di rumah sebagai ruang hijau untuk meningkatkan gerakan urban farming dan ruang hijau, karena memanfaatkan lahan sempit dengan kebaikan dari manfaat tanaman hias. Dampaknya mendorong persaingan usaha agar pelayanan mana yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Seperti jumlah konsumen dari PT. Archileaf yang fluktuatif, dapat dilihat pada Gambar 1. Penurunan yang signifikan mulai awal tahun 2020, sedikit meningkat pada bulan November 2020.



Gambar 1. Konsumenr PT. Archileaf

Beberapa catatan dan saran dari konsumen seperti respon yang memerlukan waktu, masalah yang tidak langsung ditangani, dan garansi pergantian tanaman pada bulan pertama yang tidak

beradaptasi dengan baik. Grafik di atas menunjukkan masih fluktuatif atau naik turun konsumen yang menggunakan jasa vertical garden. Dengan hal ini PT. Archileaf semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen, dengan meningkatkan kepuasan konsumennya dalam upaya menarik minat konsumen. Artinya perlu ada evaluasi yang dilakukan PT. Archileaf serta meningkatkan kualitas layanan, kualitas produk saat ada tekanan dari pesaing. Kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan yang diharapkan (ekspektasi) (Rustianti, 2016:63).

B. METODE PENELITIAN

Pada penelitian evaluasi kepuasan konsumen di PT. Archileaf menggunakan desain penelitian komparatif. Desain penelitian komparatif adalah riset yang dilakukan untuk menjelaskan dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang proses sebab-akibat yang terlibat dalam penciptaan suatu peristiwa. (Nazir 2005:43). Penelitian ini membandingkan tingkat harapan dan tingkat kinerja dari pandangan konsumen untuk kepuasan konsumen, serta menghasilkan rekomendasi bagi perusahaan atau lokasi penelitian untuk dijadikan pertimbangan pengambilan keputusan, karena diambil dari kuiseoner yang dibagikan kepada konsumen perusahaan. Lokasi penelitian ini dilakukan di tempat konsumen PT Archileaf. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Agustus 2021 hingga bulan November 2021. Sumber data pada penelitian diperoleh melalui hasil wawancara mengenai PT. Archileaf terkait aktifitas penjualan vertical garden, hasil pengisian kuesioner langsung kepada responden yang merupakan konsumen PT. Archileaf. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari kajian pustaka yang diambil melalui literatur buku statistik lahan pertanian oleh Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian dan buku

Ilmu Manajemen Terpadu, serta jurnal ilmiah, skripsi sebagai penelitian terdahulu dan pembandingan penulisan skripsi.

Sampel penelitian dalam penelitian ini populasi didapati dari akumulasi konsumen yang sudah menggunakan jasa pembuatan vertical garden di PT. Archileaf pada tahun 2019 – 2021, yang menghasilkan total responden sebanyak 90 orang maka seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian (Sugiyono, 2007:116). Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan teknik sensus yang melibatkan seluruh konsumen vertical garden PT Archileaf. Konsumen yang diambil merupakan pengguna jasa pembuatan vertical garden di PT. Archileaf yang sudah melakukan kerjasama 2 bulan lebih

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Wawancara

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara mendalam (in depth interview) berupa wawancara tidak terstruktur yang merupakan proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka dengan narasumber dengan melakukan penggalian secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan tanpa menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

2. Kajian Pustaka

Penelitian ini menggunakan beberapa kajian pustaka seperti pengamatan, pencatatan, serta pencarian informasi tambahan yang didapat dari website, studi pustaka, dan hasil penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Kajian pustaka yang diperoleh berdasarkan buku-buku yang terkait dengan pembahasan

serta literatur - Literatur yang diberikan pihak PT Archileaf terkait dengan objek penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner yang dibuat peneliti, ditujukan kepada konsumen PT. Archileaf yang telah memenuhi kriteria seperti yang tertera pada kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan kuesioner tertutup dengan kuesioner yang jawabannya sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai.

Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen PT. Archileaf

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, kualitas produk dan harga. Dari 7 variabel yang ditentukan menghasilkan 30 indikator dan 41 atribut pertanyaan yang akan menjadi item pertanyaan kepada responden.

Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Jika $> 0,361$ maka kuisisioner dinyatakan valid

Jika $< 0,361$ maka kuisisioner dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Ketentuan nilai Cronbach Alpha sebagai berikut:

- Nilai Cronbach Alpha 0,00 – 0,20 berarti tidak reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,21 – 0,50 berarti kurang reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,51 – 0,60 berarti cukup reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,61 – 0,80 berarti reliabel
- Nilai Cronbach Alpha 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel

Uji Validitas dan Realibitas dari 41 atribut pertanyaan kepada 30 responden dari 90 responden, menghasilkan 31 atribut pertanyaan yang valid.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

1. Customer Satisfaction Index (CSI)

2. Importance Performance Analysis (IPA)

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang diambil pada penelitian ini merupakan konsumen yang menggunakan jasa pembuatan *vertical garden* di PT. Archileaf dan telah melakukan kerjasama perawatan minimal 2 bulan. Dapat dijelaskan bahwa konsumen yang paling banyak menggunakan jasa pembuatan *vertical garden* yaitu laki – laki sebanyak 55 responden (61,11%). Selanjutnya responden yang memiliki kecenderungan menggunakan jasa pembuatan *vertical garden* yaitu usia antara 31-40 sebanyak 43 responden (47,78%). Responden dalam penelitian ini dominan dengan pendidikan terakhir sarjana (S1) sebanyak 45 responden (50,00%) karena sudah memahami akan manfaat menggunakan *vertical garden*. Informasi PT.Archileaf dapat membuka pembuatan *vertical garden* dari teman atau keluarga sebanyak 45 responden (50,00%).

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen sangat diperlukan untuk menentukan sasaran-sasaran di masa yang akan datang dan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dihasilkan oleh tiap atribut. Dalam penghitungan tingkat kepuasan konsumen digunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Perhitungan tingkat kepuasan konsumen dengan menyebar kuisioner berisi pertanyaan- pertanyaan tentang pelayanan dalam dua sisi, yaitu harapan dan kinerja lalu menghitung rata-rata dari jawaban yang telah diberikan konsumen.

Tabel 1. Nilai *Customer Satisfaction Index* Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
1	Jenis Tanaman	22,31	81,17
2	Ragam Desain	21,21	72,53
3	Alat dan Bahan yang di gunakan	21,51	75,28
4	Proses Bekerja	19,56	50,46
5	Penampilan Karyawan	15,41	38,21
Jumlah Total		100,00	317,65
CSI (WS Total : 4)		79,41	

Berdasarkan data dalam table memiliki nilai CSI sebesar 79.41%. Menurut Arironang dalam Salsabila (2016:34) jika memiliki nilai 61% - 80% = puas. Maka konsumen PT. Archileaf dinyatakan puas terhadap pelayanan dalam bentuk bukti fisik yang diberikan oleh perusahaan. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan bentuk bukti fisik sebesar 20.59%.

Tabel 2. Nilai *Customer Satisfaction Index* Kehandalan (*Reliability*)

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
6	Ketelitian Pesanan	20,40	69,82
7	Ketelitian Nominal Transaksi	21,18	75,55
8	Merespon Konsumen	21,44	54,08
9	Menerapkan 5S	16,63	47,13
10	Melayani dengan baik	20,34	69,60
Jumlah Total		100,00	316,19
CSI (WS Total : 4)		79,05	

Berdasarkan data dalam tabel, hasil perhitungan pada dimensi kehandalan memiliki nilai CSI sebesar 79.05 % = puas. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan dimensi kehandalan sebesar 20.95%.

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
11	Informasi Menggunakan Layanan	34,10	117,09
12	Tepat Waktu untuk Perawatan	33,44	96,99
13	Solusi dari Perusahaan	32,45	79,33
	Jumlah Total	100,00	293,40
	CSI (WS Total : 4)	73,53	

Tabel 3. Nilai *Customer Satisfaction Index* Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Berdasarkan hasil pada dalam tabel, diketahui bahwa nilai CSI sebesar 73.53% dan dinyatakan konsumen puas terhadap dimensi pelayanan daya tanggap. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan dimensi daya tanggap sebesar 26.47%.

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
14	Garansi Tanaman	26,61	93,44
15	Kualitas Garansi Tanaman	25,62	60,63
16	Alat Transaksi	22,31	66,69
17	Keamanan Transaksi	25,45	76,65
	Jumlah Total	100,00	297,41
	CSI (WS Total : 4)	74,35	

Tabel 4. Nilai *Customer Satisfaction Index* Jaminan (*Assurance*)

Berdasarkan data dalam tabel, didapat hasil perhitungan CSI pada variabel jaminan sebesar 74.35% = puas, maka konsumen PT. Archileaf dinyatakan puas terhadap kinerja dimensi jaminan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan dimensi jaminan sebesar 25.65%.

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
18	Membuka Layanan Kritik dan Saran	20,08	55,78
19	Layanan Konsultasi	20,61	56,33
20	Kepedulian Perusahaan	19,02	45,65
21	Sikap Perusahaan	20,34	49,28
22	Keamanan Waktu Oprasional	19,95	50,98
	Jumlah Total	100,00	258,01
	CSI (WS Total : 4)	64,50	

Tabel 5. Nilai *Customer Satisfaction Index* Empati (*Empathy*)

Berdasarkan data dalam tabel, diketahui hasil perhitungan CSI pada variabel empati sebesar 64,50% =cukup puas. Maka, konsumen PT. Archileaf dinyatakan cukup puas terhadap kinerja dimensi empati yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan dimensi empati sebesar 35.50%.

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
23	Kualitas Tanaman	26,79	95,56
24	Kualitas <i>Vertical Garden</i>	26,63	96,16
25	Kualitas dengan Jaminan	24,67	68,54
26	Media Komunikasi	21,91	65,23
	Jumlah Total	100,00	325,48
	CSI (WS Total : 4)	81,37	

Tabel 6. Nilai *Customer Satisfaction Index* Kualitas Produk (*Product Quality*)

Berdasarkan tabel, diketahui hasil perhitungan CSI pada variabel kualitas produk sebesar 81,37% = sangat puas. Maka konsumen PT. Archileaf dinyatakan sangat puas terhadap kinerja yang diberikan

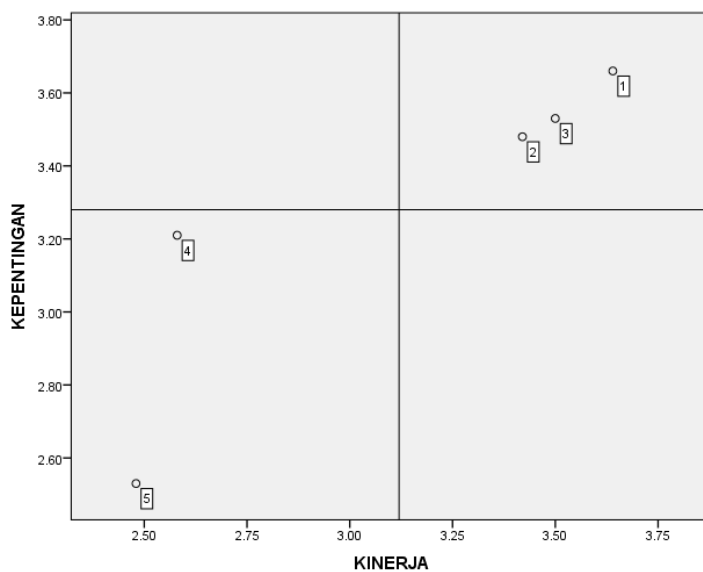
oleh perusahaan kepada konsumen. Adapun peluang tidak puas dalam pelayanan dimensi kualitas produk sebesar 18.63%.

No	Atribut	WF	WS
		Weighted Factor	Weighted Score
27	Tingkat Harga	19,80	69,31
28	Detail Informasi Harga	20,61	69,60
29	Informasi Diskon	20,54	44,97
30	Tawaran Paket Harga	18,87	36,49
31	Potongan Harga Kerjasama	20,17	68,59
	Jumlah Total	100,00	288,96
	CSI (WS Total : 4)	72,24	

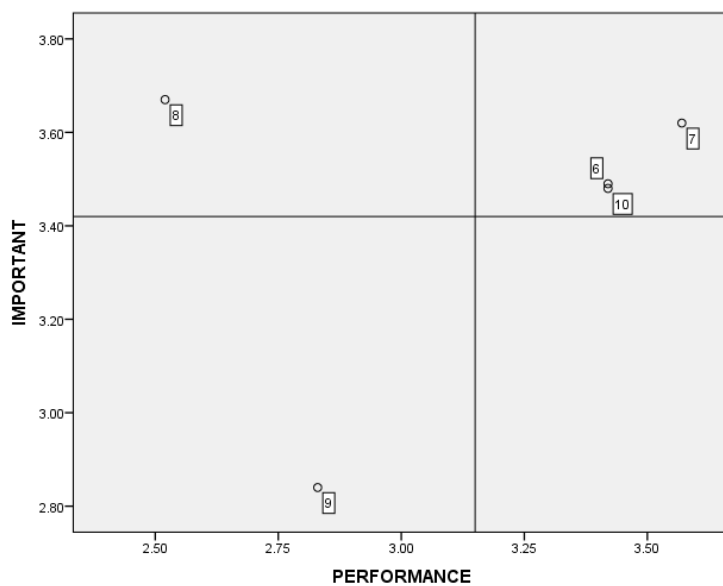
Tabel 7. Nilai *Customer Satisfaction Index* Harga (*Price*)

Berdasarkan data dalam tabel, diketahui hasil perhitungan CSI pada variabel harga sebesar 72,24% = puas. Maka konsumen PT. Archileaf dinyatakan puas terhadap kinerja yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Adapun peluang tidak puas dalam dimensi harga sebesar 27.76%.

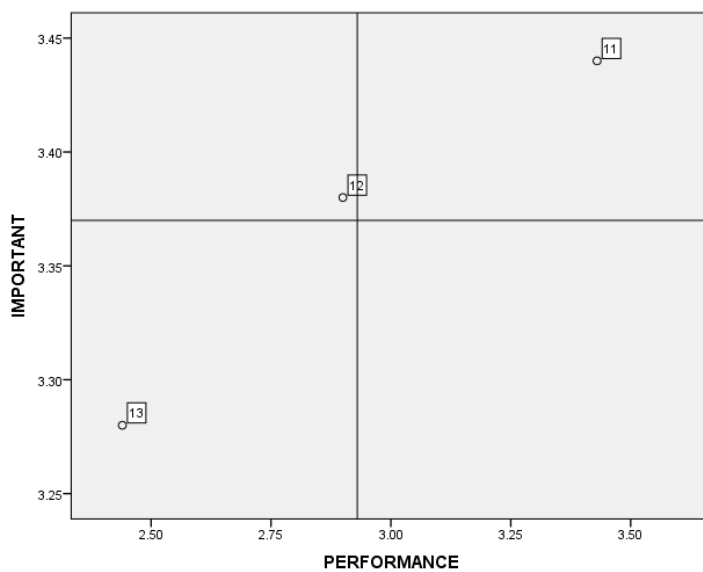
Importance Performance Analysis (IPA) menjawab pertanyaan tentang atribut pelayanan apa saja yang perlu dipertahankan, maupun diperbaiki oleh perusahaan yang selanjutnya dapat dijadikan rekomendasi perbaikan kerja. Analisis IPA dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu menghitung nilai kesesuaian antara nilai nilai dan kinerja dari setiap atribut (T_{ki}), menghitung tingkat kinerja (X_i) dan tingkat harapan (Y_i) lalu menjumlahkan seluruh skor X_i dan Y_i untuk mendapatkan rata-rata. Selanjutnya, rata-rata tersebut digunakan untuk mengelompokkan setiap atribut ke dalam kuadran I, II, III, dan IV di diagram IPA.



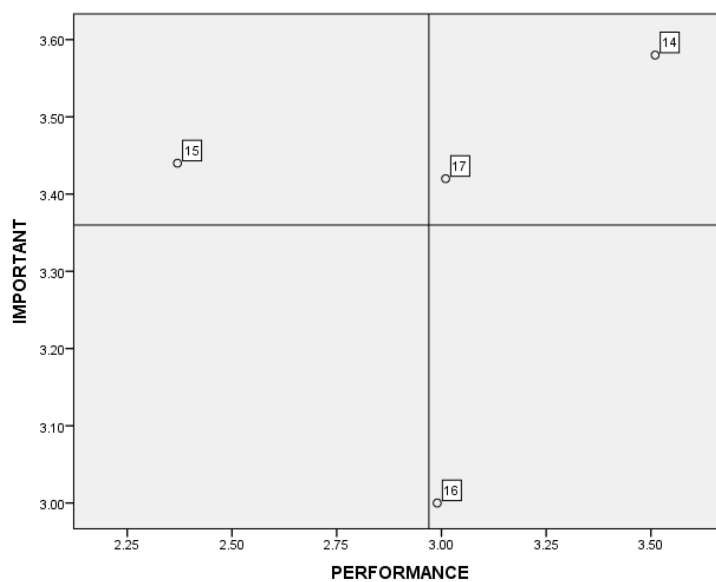
Gambar 2. Scatter Plot IPA Variabel Bukti Fisik



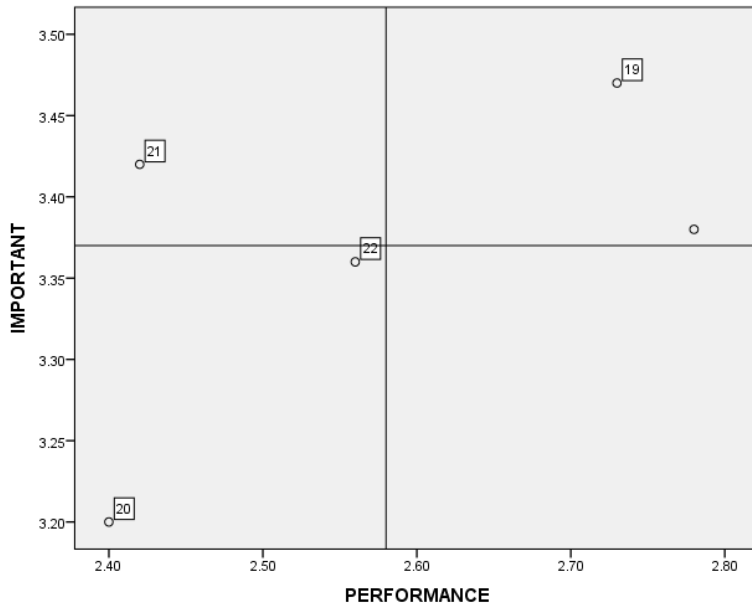
Gambar 3. Scatter Plot IPA Variabel Kehandalan



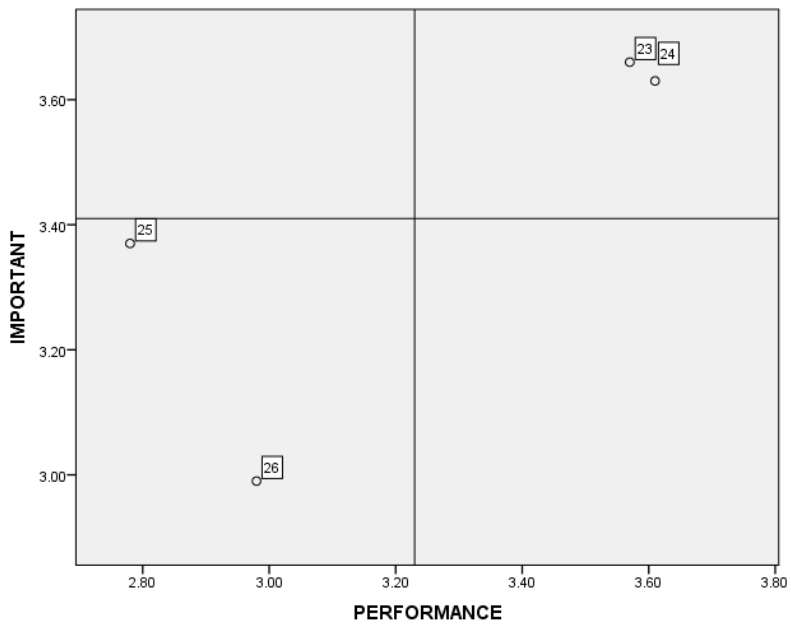
Gambar 4. Scatter Plot IPA Variabel Daya Tanggap



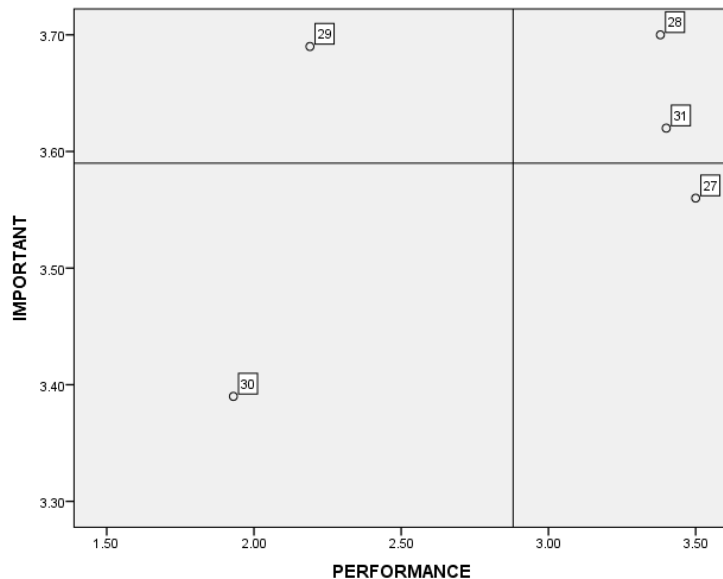
Gambar 5. Scatter Plot IPA Variabel Jaminan



Gambar 6. Scatter Plot IPA Variabel Empati



Gambar 7. Scatter Plot IPA Variabel Kualitas Produk



Gambar 8. *Scatter Plot* IPA Variabel Harga

D. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah analisis tingkat kepuasan konsumen pada PT. Archileaf menghasilkan Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 74,79% yang berarti konsumen merasa puas, sedangkan peluang untuk tidak puas sebesar 25,21%. Hasil analisis tingkat kesesuaian antara nilai tingkat kinerja dan nilai tingkat harapan diperoleh nilai tingkat kesesuaian total semua dimensi, yaitu sebesar 87,59%. Peluang ketidaksesuaian adalah 12,41%. Berdasarkan hasil analisis IPA (Important Performance Analysis), dengan menggunakan diagram kartesius diperoleh hasil atribut-atribut yang masuk ke dalam masing-masing kuadran. Terdapat 5 atribut pertanyaan yang masuk dalam kuadran I yang artinya termasuk dalam prioritas utama perbaikan. Ada 15 soal atribut yang masuk ke dalam kuadran II yang artinya atribut-atribut tersebut diperlukan untuk mempertahankan prestasi. Terdapat 9 atribut yang termasuk dalam kuadran III yang artinya prioritas rendah sehingga tidak perlu dilakukan perbaikan.

Terdapat 2 atribut yang masuk dalam kuadran IV yang artinya atribut tersebut dianggap memiliki kinerja yang berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah W, Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis: Edisi1*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Afandi, Arie, Yuniar D. (2014). *Usulan Penanganan Identifikasi Bahaya menggunakan Teknik Hazard Identification and Risk Assessment and Determining Control (HIRADC) (Studi Kasus di PT. Komatsu di Undercarriage Indonesia)*. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional. Vol. 02. No. 03.
- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan*. Yogyakarta: BPFE.
- Amir, F. (2012). *Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. Hasrat Abadi di Makasar*. Skripsi. Makarta: Universitas Hasanuddin.
- Aryanti, R. D. (2008). *Strategi Pengembangan Usaha Tanaman Hias pada Ciapus Nurseri, Desa Taman Sari*. Bogor, Jawa Barat. Skripsi. Bogor: IPB.
- Badan Pusat Statistik. (2013). *Sensus Pertanian*. Tersedia pada: <http://st2013.bps.go.id>.
- Blanc, P. (2008). *The Vertical Gardens : From Nature to The City*. New York: Micheal Lafon Publishing.
- Daryanto dan Setyobudi. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Endy, F. (2012). *Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Jaringan (UPJ) Dinoyo Malang*. Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Rekayasa. Vol. 13. No. 03.

- Kotler P, Armstrong G. (2012). *Principles of Marketing. 14th ed.* Jakarta: Erlangga.
- Martilla, James. (1997). *Importance performance Analysis.* Journal of Marketing. Vol. 41. Hlm: 77–79.
- Michael R, Solomon. (2011). *Consumer Behavior : Buying, Having and Being.* In *Edisi 9.* England: Pearson Addison Wesley.
- Nasution. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu.* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nuraini, N. (2007). *Perlindungan hak milik intelektual varietas tanaman: guna peningkatan daya saing agribisnis.* Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Parasuraman, Zeithmal, Berry, Malhotra. (2005). *E-SQUAL: A Multiple Item Scale for Assessing Elektronik Service Quality.* Journal of Service Research. Vol. 07. No. 10. Hlm: 1–21.
- Rahmasari L, Nurmalina, Priatna W. (2017). *Analisis Sikap, Konsistensi Dan Kepuasan Pada Teh Kotak Ultrajaya: an Experimental Marketing Research on Ipb Agribusiness Master of Science Students.* Forum Agribisnis. Vol. 07. No. 01. Hlm: 85–102.
- Rajab, Papilaya B. (2012). *Sifat kuantitatif ayam kampung lokal pada pemeliharaan tradisional.* Agrinimal. Vol. 02. No. 02. Hlm: 61–64.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3).* Jakarta: Salemba Empat.
- Rustianti. (2016). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Perilaku Pencegahan Orangtua Terhadap Kekerasan Seksual Pada Anak Di Rw 003 Desa Sukamanah Kecamatan Sukatani Kabupaten Bekasi.* Cikarang: Stikes Medika.
- Soekartawi. (1993). *Risiko dan Ketidakpastian Dalam Agribisnis.* Jakarta: BPFE.
- Soekartawi. (2003). *Teori Ekonomi Produksi, Dengan Pokok Bahasan Analisis Fungsi Cob- Douglass.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Timur dan Karaca. (2013). *Vertical Garden*. Washington: Penerbit Tech.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran jasa: prinsip, penerapan, dan penelitian*. Yogyakarta: Amdi Offset.
- Tjiptono. (2016). *The Impact Of E-Service Quality Toward E-Customer Satisfaction And E-Customer Loyalty In Lazada.co.id e-Proceeding of Management*. Vol. 03. No. 01. Halaman: 142
- Zeithaml VA, Merry JB. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: Graw Hil.
- Zulkarnain. (2009). *Dasar-dasar Hortikultura*. Jakarta: Bumi Aksara.

