

Analisis Kepuasan *Driver* terhadap Layanan Perbaikan Kendaraan di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo

Ravaelino Dimas Eka Narendra, Desrina Yusi Irawati*

Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya; email: ravael.dimas@student.ukdc.ac.id,
desrina.yusi@gmail.com

* *Corresponding author*

Abstrak

Dalam ranah industri logistik, moda transportasi yang memadai menjadi hal prioritas dalam meningkatkan benefit perusahaan. Kualitas layanan perbaikan merupakan salah satu point penting dalam menunjang peningkatan kinerja. Penggunaan metode Kano dinilai dapat menjadi solusi dalam menganalisis tingkat kepuasan driver terhadap layanan perbaikan di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Penggunaan model Kano dimulai dengan pengumpulan data dari hasil kuesioner oleh 100 driver yang aktif di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Data yang sudah valid dan reliabel, selanjutnya dikategorikan menggunakan Blauth's formula dan perhitungan nilai worse dan better. Berdasarkan hasil perhitungan metode Kano, terdapat sembilan atribut yang termasuk dalam kategori indifferent, dua atribut termasuk dalam kategori attractive, dan satu atribut yang termasuk dalam kategori must-be. Berdasarkan penilaian better dan worse, atribut yang sangat berpengaruh pada tingkat kenaikan kepuasan driver adalah ketepatan waktu perbaikan kendaraan, ketepatan operator atau supervisor dalam mengambil keputusan perbaikan, dan keterbukaan operator dalam melayani driver. Strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pelayanan perbaikan di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo adalah melakukan pelatihan operator atau supervisor terkait understeel kendaraan muat, menambahkan karyawan yang bertugas sebagai supervisor tambahan dan regu pembantu, membuat dan memberlakukan SOP terkait perbaikan kendaraan.

Kata Kunci: kendaraan pengiriman, perbaikan layanan, kualitas, metode Kano

Abstract

[Analysis of Driver Satisfaction with Vehicle Repair Services at PT. RAPI Trans Logistics Sidoarjo] *In the logistics industry, adequate modes of transportation are a priority for increasing company benefits. The quality of repair services is one of the most important factors in supporting performance improvement. Using the Kano method is considered a solution for analyzing the level of driver satisfaction with repair services at PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Using the Kano model begins with data collection from the questionnaires completed by 100 active drivers at PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Valid and reliable data is then categorized using Blauth's formula, calculating worse and better values. Based on the Kano method calculation results, nine attributes are included in the indifferent category, two features in the attractive category, and one in the must-be category. Based on the better and worse assessments, the attributes that greatly influence the increase in driver satisfaction are the timeliness of vehicle repairs, the operator's or supervisor's accuracy in making repair decisions, and the operator's openness in serving drivers. Strategies that should be implemented to improve the company's repair services include conducting operator or supervisor training regarding under-steel loading vehicles, adding employees who serve as additional supervisors and auxiliary teams, and creating and enforcing SOPs related to vehicle repairs.*

Keywords: logistics vehicles, repair services, quality, the Kano method

Kelompok BoK yang bersesuaian dengan artikel: *Quality & Reliability Engineering*

Saran format untuk mensitasi artikel ini:

Narendra, R.D.E. dan Irawati, D.Y. (2023). Analisis Kepuasan Driver terhadap Layanan Perbaikan Kendaraan di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri (SENASTI) 2023*, 243-250.

1. Pendahuluan

Kegiatan logistik merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam melakukan suatu kegiatan yang melibatkan pengiriman, baik itu jalur darat, laut, maupun udara. Layanan logistik merupakan bentuk tindakan suatu perusahaan dengan mengoptimalkan jaringan barang dan jasa untuk menanggapi kebutuhan dan keinginan barang dan jasa konsumen (Akbari, 2018). Dalam era modern saat ini, kegiatan logistik dipengaruhi oleh moda transportasi yang memadai untuk meningkatkan efisiensi waktu perjalanan dan menghemat biaya (Akbar & Syahrul, 2013). Industri logistik juga mengharapkan adanya transportasi yang efisien, praktis, juga dapat meningkatkan *benefit* dari perusahaan.

Indeks keberhasilan gagasan pengintegrasian layanan perbaikan transportasi kendaraan dapat ditinjau dari banyak konteks, salah satunya analisis layanan, kebersihan tempat kerja, dan hasil pasca perbaikan. Menurut Prasastono & Pradapa (2017), kualitas layanan juga merupakan salah satu *point* penting dalam menunjang keberhasilan kinerja. Kualitas pelayanan dapat tercapai melalui penilaian harapan konsumen dengan tingkat kinerja pelayanan. Untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, perlu memahami apa yang menjadi keinginan pelanggan, diiringi dengan komitmen perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Arianie & Puspitasari, 2017). Konsumen merasa puas jika harapannya terpenuhi. Teori *customer behavior* menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa (Arianie & Puspitasari, 2017). Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan (Yamit, 2010).

Strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam menghasilkan produk atau layanan yang dapat melampaui harapan pelanggan adalah dengan memproduksi produk yang mempunyai *attractive quality*. Salah satu metode yang bertujuan mengidentifikasi seberapa baik produk atau jasa mampu memuaskan kebutuhan pelanggan adalah metode Kano. Menurut Hutabri (2017), metode Kano adalah metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik atribut tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Model Kano mampu mempelajari sifat kebutuhan konsumen, memberikan cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan konsumen dengan lebih baik (Ji et al, 2014). Implikasi dari model Kano adalah keinginan pelanggan lebih bersifat dinamis dari pada statis. Penggunaan model Kano, perusahaan dapat secara efektif mengurangi ketidakpuasan pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan kategori kualitas dan urutan perbaikan yang diusulkan (Ma et al, 2019). Atribut-atribut dalam metode Kano dapat dibedakan menjadi beberapa kategori yaitu *must be* atau *basic needs*, *one-dimensional* atau *performance needs*, *attractive* atau *excitement needs*, *reverse*, *indifferent*, dan *questionable* (Kano, 1984). Metode Kano telah banyak digunakan untuk mengidentifikasi

kepuasan konsumen terhadap penggunaan kendaraan (Ma et al, 2019; Chen, M. C. et al, 2021; Kohli, A. & Singh, R., 2021). Penelitian tersebut berfokus pada kepuasan konsumen yang membeli dan mempunyai kendaraan. Dalam penelitian ini berfokus pada *driver* kendaraan sebagai pengguna kendaraan dan dibatasi pada bagian layanan perbaikan kendaraan.

PT. Rapi Trans Logistik Indonesia adalah perusahaan yang bergerak di bidang transportasi darat yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya di Sidoarjo. Dalam memenuhi tugasnya, perusahaan selalu melakukan *total checking* untuk memastikan bahwa armada yang digunakan masih layak guna dan dalam kondisi yang baik. Selain itu, PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo juga memberikan jaminan mutu pelayanan kepada para pelanggan dengan fokus pada keinginan dan kebutuhan pelanggan serta terintegrasi terhadap semua segmen logistik yang lain. *Driver* merupakan bagian penting pada keberlangsungan operasi perusahaan. *Driver* yang menjalankan alat transportasi menjadi pihak yang merasakan secara langsung kinerja kendaraan. Beberapa *driver* PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo merasakan hasil perawatan dan perbaikan kendaraan yang dilakukan tim *understeel* tidak maksimal. Sebagai contoh pengerjaan perawatan dan perbaikan lambat, jarak waktu kerusakan satu dengan kerusakan lainnya cukup pendek, kerusakan yang telah diperbaiki mengalami kerusakan kembali dalam kurun waktu singkat, dan proses permintaan penggantian *sparepart* membutuhkan durasi yang panjang. Sehingga dalam penelitian ini dilakukan identifikasi penilaian *driver* terhadap kualitas kendaraan beserta upaya *maintenance* yang dilakukan perusahaan. Pada penelitian ini akan dilakukan uji kepuasan *driver* terhadap layanan perbaikan di PT. RAPI Trans Logistik Sidoarjo.

2. Metode

Model Kano dikembangkan di tahun 1984 oleh Noriaki Kano (Kano, 1984). Pada metode Kano respon konsumen dikategorisasikan menjadi tiga kategori utama yaitu *must be* (M), *one dimensional* (O), dan *attractive* (A). Kategori tambahan berupa kategori *questionable* (Q), *reverse* (R), dan *indifferent* (I). Kategori *must be* atau kebutuhan dasar, pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja atribut rendah. Tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat tinggi meski kinerja atribut tersebut tinggi. Kategori *one dimensional*, tingkat kepuasan pelanggan tinggi ketika kinerja atribut tinggi, begitupun sebaliknya. Kategori *attractive*, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sampai tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan. Kategori *reverse* terjadi jika kepuasan konsumen lebih tinggi jika layanan yang diterima tidak semestinya. Kategori *questionable* dapat terjadi ketika konsumen puas atau tidak puas jika layanan itu diberikan. Kategori *indifferent* terjadi ketika ada tidaknya atribut layanan tersebut tidak akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Kadangkala konsumen puas atau tidak puas jika layanan itu diberikan.

Kegiatan penelitian dilakukan di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder berasal dari data masa lalu perusahaan untuk mendukung isi kuesioner. Data primer diperoleh dari diskusi dengan pihak perusahaan dan kuesioner yang diisi oleh para *driver truck* PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Dari hasil rumus Slovin, diperoleh bahwa responden minimal untuk memenuhi syarat kevalidan data yaitu sebanyak 100 responden dari 200 *driver* yang aktif di PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo. Derajat ketelitian yang dipakai sebesar 95%.

Dalam pembuatan kuesioner model Kano maka sifat kuesioner tersebut adalah setiap satu pertanyaan memiliki dua bagian yaitu pertanyaan *functional* dan *disfunctional* (Xu et al. 2009). Isi pertanyaan dalam kuesioner merupakan hasil dari studi literatur dan diskusi dengan pihak perusahaan. Pertanyaan kuesioner terbagi menjadi lima dimensi kualitas jasa. Lima dimensi untuk menentukan kualitas jasa terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Parasuraman et al. 1988) Masing-masing dimensi berisikan beberapa atribut pertanyaan. Total pertanyaan pada kuesioner adalah 24 pertanyaan, terdiri dari 12 pertanyaan *functional* dan 12 pertanyaan *disfunctional*. Pengisian kuesioner oleh responden menggunakan pengisian skala likert, dimulai dari nilai 1 sampai 5, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Data yang telah terkumpul dari kuesioner selanjutnya di uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai signifikansi dengan nilai α 0,05. Apabila nilai signifikansi <0,05 maka diartikan ada kolerasi antara variabel yang dihubungkan, begitu juga sebaliknya. Uji realibilitas dibuktikan dengan membandingkan nilai Cronbach’s Alpha dengan nilai r tabel. Atribut pertanyaan dan daftar pertanyaan yang dibuat terdapat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Data yang sudah valid dan reliabel selanjutnya dianalisis melalui perhitungan metode Kano. Perhitungan model Kano sesuai dengan Tabel 3.

Tahap pengolahan data meliputi pengkategorian tiap – tiap atribut dengan *Blauth’s formula*. Ketentuan *Blauth’s formula* sebagai berikut (Kano, 1984):

- a. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) = jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh maksimum diantara semua kategori Kano yaitu (*one dimensional, attractive, must be, indifferent, reverse, questionable*).
- b. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) < jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh maksimum dari *indifferent, reverse, questionable*.
- c. Jika jumlah nilai (*one dimensional + attractive + must be*) > jumlah nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka grade diperoleh maksimum dari (*one dimensional, attractive, dan must be*).

Tabel 1. Pertanyaan *functional* pada kuesioner

Atribut	
Tangibles (Bukti Nyata)	
X1	Pelayanan perbaikan menerapkan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun)
X2	Operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan kendaraan memakai pakaian yang sopan dan kelengkapan kerja yang memenuhi.
X3	Alur pelayanan perbaikan mudah dipahami.
Reliability (Kehandalan)	
X4	Jam kehadiran operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan kendaraan tepat waktu.
X5	Ketepatan <i>supervisor</i> dalam menentukan perbaikan setelah mendengarkan keluhan.
X6	Pelayanan perbaikan dilakukan dengan waktu yang relevan.
Responsiveness (Daya Tanggap)	
X7	Daya tanggap operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan tanggap dan cekatan ketika memberikan atau menyampaikan informasi
X8	Operator atau <i>supervisor</i> menguasai informasi mengenai analisis kerusakan yang dialami kendaraan.
Assurance (Jaminan)	
X9	Proses perbaikan dilakukan hingga tuntas.
X10	Proses perbaikan mengedepankan kualitas pasca perbaikan
Emphaty (Empati)	
X11	Operator atau <i>supervisor</i> melayani dengan tanpa memandang status sosial dan melayani dengan sungguh-sungguh
X12	Operator atau <i>supervisor</i> bersedia menerima saran atau kritik dari <i>driver</i> .

Tabel 2. Pertanyaan *difunctional* pada kuesioner

Atribut	
Tangibles (Bukti Nyata)	
X1	Pelayanan perbaikan tidak menerapkan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun)
X2	Operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan kendaraan tidak memakai pakaian yang sopan dan kelengkapan kerja yang memenuhi.
X3	Alur pelayanan perbaikan sulit dipahami.
Reliability (Kehandalan)	
X4	Jam kehadiran operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan kendaraan tidak tepat waktu.
X5	Ketepatan <i>supervisor</i> dalam menentukan perbaikan setelah mendengarkan keluhan kurang.
X6	Pelayanan perbaikan tidak dilakukan dengan waktu yang relevan.
Responsiveness (Daya Tanggap)	
X7	Daya tanggap operator atau <i>supervisor</i> divisi perbaikan tidak tanggap dan cekatan ketika memberikan atau menyampaikan informasi.
X8	Operator atau <i>supervisor</i> tidak menguasai informasi mengenai analisis kerusakan yang dialami kendaraan.
Assurance (Jaminan)	
X9	Proses perbaikan tidak dilakukan hingga tuntas.
X10	Proses perbaikan tidak mengedepankan kualitas pasca perbaikan
Emphaty (Empati)	
X11	Operator atau <i>supervisor</i> tidak melayani dengan tanpa memandang status sosial dan melayani dengan sungguh-sungguh
X12	Operator atau <i>supervisor</i> tidak bersedia menerima saran atau kritik dari <i>driver</i> .

Tabel 3. Tabel evaluasi Kano

Kebutuhan Konsumen		Disfunctional				
		1	2	3	4	5
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak suka
Functional	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Harap	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak suka	R	R	R	R	Q

Pada tahap analisis Kano, dilakukan perhitungan nilai *worse* dan *better*. *Worse* memiliki arti seberapa besar penurunan kepuasan pelanggan jika Perusahaan tidak memenuhi fitur atau atribut tersebut. *Better* berarti seberapa besar kenaikan kepuasan pelanggan jika perusahaan menyediakan fitur atau atribut tersebut. Rumus perhitungan *worse* dan *better* adalah sebagai berikut:

$$\text{Worse} = \frac{O+M}{A+O+M+I} \quad (1)$$

$$\text{Better} = \frac{A+O}{A+O+M+I} \quad (2)$$

3. Hasil dan Pembahasan

Kuesioner diisi oleh 100 *driver truck* perusahaan yang masih aktif. Data kuesioner dari responden diuji validitas dan reliabilitas, hasilnya bahwa nilai Cronbach's Alpha diatas 0.5. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r tabel dengan r hitung ketika N sebesar 100 dan signifikasi 5%. Nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1638). Data yang sudah dianggap valid dan reliabel selanjutnya di kategorisasi dengan menggunakan *Blauth's formula*. Hasil pengolahan menggunakan *Blauth's formula* disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil analisis model Kano

<i>Customer Requirement</i>	A	M	O	R	Q	I	Total	Max	Better	Worse	Grade
X1	10	12	8	2	0	68	100	68	98,8	97,2	I
X2	7	17	1	4	3	68	100	68	93,14	89,42	I
X3	13	18	0	13	1	55	100	55	86	74,38	I
X4	0	7	7	0	1	85	100	85	0,07	7,07	I
X5	47	6	0	33	0	14	100	47	67	20,12	A
X6	4	64	2	9	2	19	100	64	89,5	103	M
X7	0	4	8	0	0	88	100	88	0,08	8,04	I
X8	0	34	7	3	3	53	100	53	0,07	7,36	I
X9	0	32	12	0	2	54	100	54	0,12	12,32	I
X10	6	11	0	3	0	80	100	80	97	92,83	I
X11	32	23	0	18	0	27	100	32	82	50,71	A
X12	1	32	8	3	3	54	100	54	101	132	I

Hasil model Kano di Tabel 4, terdapat dua atribut pelayanan yang termasuk kategori *attractive* (A). Hal ini berarti tingkat kepuasan *driver* akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut X5 dan X11. Akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak menurunkan tingkat kepuasan *driver*. Harus diperhatikan pula bahwa kategori tersebut tidak tetap sepanjang masa, kategori yang dirasakan *driver* akan berubah sesuai dengan perkembangan waktu. Strategi yang perlu dilakukan pada kategori *attractive* adalah melakukan pelatihan operator atau supervisor terkait *understeel* kendaraan muat dan menambahkan karyawan yang bertugas sebagai supervisor tambahan. Sebanyak satu atribut masuk pada kategori *must be*, artinya *driver* menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah namun kepuasan *driver* tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. Kategori yang masuk pada kategori *must-be* adalah kategori X6 (pelayanan perbaikan dilakukan dengan waktu yang relevan). Strategi yang perlu dilakukan perusahaan pada kategori *must-be* adalah menambahkan regu pembantu dalam menyelesaikan perbaikan pada kerusakan satu kendaraan supaya pekerjaan segera terselesaikan. Sembilan atribut masuk pada kategori *indifferent*, artinya jika ada tidaknya layanan atribut tersebut tidak akan berpengaruh pada kepuasan *driver*. Sembilan atribut tersebut adalah X1, X2, X3, X4, X7, X8, X9, X10, dan X12. Strategi yang perlu dilakukan pada kategori *indifferent* adalah membuat dan memberlakukan SOP terkait perbaikan kendaraan. SOP berisi beberapa hal diantaranya kelengkapan peralatan perbaikan, prosedur kesehatan dan keselamatan kerja, waktu mulai dan waktu selesai perbaikan, alur pelayanan perbaikan, kewajiban operator, hak yang diterima *driver*, dan jaminan perbaikan kembali apabila kendaraan mengalami kerusakan yang sama. Berdasarkan penilaian *better* dan *worse*, atribut yang sangat berpengaruh pada tingkat kenaikan kepuasan *driver* adalah ketepatan waktu perbaikan kendaraan, ketepatan operator atau supervisor dalam mengambil keputusan

perbaikan, dan keterbukaan operator atau *supervisor* dalam melayani *driver*.

4. Kesimpulan

Terdapat dua belas atribut pelayanan yang dinilai oleh *driver* sehingga diketahui tingkat kepuasannya. Berdasarkan hasil model Kano, mayoritas atribut masuk pada kategori *indifferent*. Dua atribut masuk pada kategori *attractive* dan satu atribut masuk pada kategori *must-be*. Atribut yang dapat ditingkatkan (*must be*) adalah waktu pelayanan perbaikan yang lebih relevan. Berdasarkan penilaian *better* dan *worse*, atribut yang sangat berpengaruh pada tingkat kenaikan kepuasan *driver* adalah ketepatan waktu perbaikan kendaraan, ketepatan operator atau *supervisor* dalam mengambil keputusan perbaikan, dan keterbukaan operator atau *supervisor* dalam melayani *driver*. Strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pelayanan perbaikan di PT. Trans Logistik Sidoarjo adalah melakukan pelatihan operator atau *supervisor* terkait *understeel* kendaraan muat, menambahkan karyawan yang bertugas sebagai *supervisor* tambahan dan regu pembantu, membuat dan memberlakukan SOP terkait perbaikan kendaraan.

Ucapan Terima Kasih: Ucapan terima kasih ditujukan pada pihak Manajemen PT. Rapi Trans Logistik Sidoarjo yang telah memberikan izin bagi peneliti melakukan penelitian dan hal-hal yang dibutuhkan untuk membuat publikasi.

Daftar Pustaka

- Akbar, Syahrul, M. N. M. (2013). Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Blender 3d Pada Mata Pelajaran Instalasi Motor Listrik di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Akbari, M. (2018). Logistics Outsourcing: a Structured Literature Review. *Benchmarking: An International Journal*, 25(5), 1548-1580.
- Arianie, G. P., & Puspitasari, N. B. (2017). Meningkatkan Efisiensi Dan Efektifitas Sumber Daya Perusahaan (Studi Kasus : Qiscus Pte Ltd). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 189–196.
- Asian, S., Pool, J.K., Nazarpour, A. & Tabaeian, R.A. (2019). On the Importance of Service Performance and Customer Satisfaction in Third-Party Logistics Selection. *Benchmarking: An International Journal*, 26(5), 1550-1564.
- Chen, M. C., Hsu, C. L., Huang, C. H. Applying the Kano Model to Investigate the Quality of Transportation Services at Mega Events. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 1-17.
- Hutabri, E. (2017). Penerapan Metode Kano Dalam Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Penerepan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Edik Informatika*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1425>
- Ji, P., Jin, J., Wang, T., Chen, Y. (2014). Quantification and Integration of Kano's Model into QFD for Optimising Product Design. *International Journal of Production Research*, 52(21), 6335-6348.
- Kano, N. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality. *Journal Japanese Soc. Qual. Control*, 4(2), 39–48, 1984.
- Kohli, A. & Singh, R. (2021). An Assessment of Customers' Satisfaction for Emerging Technologies in Passenger Cars using Kano Model. *XIMB Journal of Management*, 18(1), 76-88.

- Ma, M. Y., Chen C. W., Chang, Y. M. (2019). Using Kano Model to Differentiate Between Future Vehicle-driving Services. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 69, 142-152.
- Parasuraman, A., Valarie, A., Zeithaml, and Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Prasastono, N., & Pradapa, S. Y. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Program Studi D3 Perhotelan, Program Diploma Kepariwisata Universitas Stikubank Semarang ABSTRACT*, XI, 13-23.
- Xu, Q., Jiao, R. J., Yang, X., Helander, M., Khalid, H. M., and Opperud, A. (2009). An Analytical Kano Model for Customer Need Analysis. *Des. Stud.*, 30(1), 87-110.