

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN LEMBAGA PENDIDIKAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS & MODEL KANO

Muh Kevin Mudzaki Ridhollah, Ratna Purwaningsih

*Departemen Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang Semarang 50275*

Abstrak

Industri Pendidikan non formal di Indonesia merupakan sektor industri yang saat ini mulai menjadi komoditas pasar. Menurut data dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan tahun 2018, terdapat 190.000 lembaga pendidikan bahasa asing yang tersebar di seluruh Indonesia dimana 4.714 diantaranya merupakan lembaga pendidikan bahasa Inggris. Zambert Course merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada pengadaan pelatihan dan tes TOEFL. Mengingat ketatnya persaingan pasar maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen masing-masing dengan menggunakan Importance Performance Analysis dan Model Kano. Setelah itu dilakukan penentuan strategi perbaikan untuk atribut layanan yang kurang dengan melalui integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano. Atribut layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan diantaranya kecepatan dan kesiapan pegawai dalam melayani peserta, pelaksanaan acara yang sesuai dengan jadwal, dan proses pembelajaran yang tidak berlangsung secara dua arah.

Kata kunci : *Importance Performance Analysis, Model Kano, Integrasi IPA-Kano*

Abstract

The non-formal education industry in Indonesia is an industrial sector that is currently starting to become a commodity market. According to data from the Ministry of Education and Culture in 2018, there are 190,000 foreign language educational institutions spread throughout Indonesia, of which 4,714 are English language educational institutions. Zambert Course is a company that focuses on providing TOEFL training and tests. Considering the tight market competition, this research aims to identify the level of satisfaction of each consumer using Importance Performance Analysis and the Kano Model. After that, an improvement strategy is carried out for the deficient service attributes through the integration of Importance Performance Analysis and the Kano Model. Service attributes that are priorities for improvement include the speed and alertness of employees in serving

participants, implementation of events according to schedule, and a learning process that does not take place in two directions.

Keywords: Importance Performance Analysis, Model Kano, Integrasi IPA-Kano

I. PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu sektor yang memiliki sebuah peranan penting dalam sebuah peradaban. Pendidikan merupakan salah satu cara untuk membentuk sumber daya yang berkualitas dalam rangka memajukan taraf hidup. Tak heran jika setiap negara berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas pendidikan agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga dapat menjadi aset berharga untuk memajukan negaranya. Di Indonesia sendiri industri jasa pendidikan juga mulai menjadi sebuah komoditas pasar. Selain sektor pendidikan formal seperti sekolah dan perguruan tinggi, sektor pendidikan non formal seperti industri pendidikan bahasa asing merupakan salah satu yang cukup populer. Menurut data Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang dikutip oleh Wanodyanti, Niken Dyah (2018), terdapat 190.000 lembaga pendidikan bahasa asing yang tersebar di seluruh Indonesia dimana 4.714 diantaranya merupakan lembaga pendidikan bahasa Inggris.

Zambert Course merupakan salah satu lembaga pendidikan bahasa Inggris yang berbasis di Kota Semarang dan telah beroperasi kurang lebih selama sepuluh tahun. Zambert Course memiliki model

bisnis yang berbeda dan segmentasi pasar yang cukup spesifik dan lebih berfokus pada pengadaan pelatihan dan tes TOEFL secara massal dengan waktu yang singkat dan harga yang terjangkau. Menurut data perusahaan, dalam 5 tahun terakhir Zambert Course berhasil menjaring kurang lebih 50.000 peserta pelatihan dan tes TOEFL. Namun pada awal tahun 2020, Zambert Course sempat kehilangan cukup banyak peserta pelatihan dan tes TOEFL akibat adanya musibah pandemi COVID-19.

Selain karena itu, salah satu faktor lain yang menyebabkan menurunnya jumlah peserta pelatihan tes TOEFL ialah banyaknya jumlah keluhan yang masuk. Keluhan yang masuk didominasi oleh masalah administrasi dan masalah teknis. Banyaknya jumlah keluhan tersebut menandakan bahwasannya harapan peserta untuk mendapatkan kualitas layanan pelatihan tes TOEFL yang maksimal belum sepenuhnya tercapai. Apabila keluhan-keluhan tersebut tidak segera diatasi maka hal tersebut bisa memicu menurunnya tingkat kepuasan peserta terhadap layanan pelatihan tes TOEFL.

Banyaknya jumlah keluhan mencerminkan tingkat kinerja layanan, tidak maksimalnya kinerja layanan bisa

menyebabkan ketidakpuasan konsumen yang berakibat pada berkurangnya tingkat konsumsi. Apabila hal tersebut dibiarkan maka lama kelamaan pelanggan akan berpotensi untuk meninggalkan layanan tersebut (Kusumawardhani, 2010). Salah satu upaya untuk mencegah hal tersebut terjadi adalah dengan melakukan survei mengenai kepuasan pelanggan sebagai upaya untuk mengontrol persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diberikan

Maka atas dasar itulah penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kepuasan konsumen dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano. Metode Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977, metode tersebut digunakan untuk menganalisis faktor penting apa saja yang harus dimiliki suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumennya (Wu, et al., 2010). Model Kano adalah metode yang dikembangkan oleh Profesor Noriaki Kano dari Universitas Tokyo Rika bersama para mahasiswanya pada tahun 1984. Model Kano merupakan suatu metode yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk atau layanan berdasarkan seberapa besar atribut tersebut mampu untuk memuaskan pelanggan (Amran dkk., 2019). Kedua metode tersebut diintegrasikan untuk memberikan tingkat pengukuran kepuasan

konsumen yang lebih akurat dan memberikan prioritas atribut untuk mengembangkan sebuah produk atau layanan (Wu, et al., 2010).

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Importance Performance Analysis*

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan awalnya untuk memperkenalkan pada manajemen perusahaan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan. Seiring dengan berkembangnya zaman *Importance Performance Analysis* (IPA) mulai dipandang sebagai alat untuk menganalisis faktor penting apa saja yang harus dimiliki suatu perusahaan dalam memenuhi kepuasan konsumennya. Variabel yang dinilai pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ialah tingkat kepentingan suatu atribut produk atau jasa bagi konsumen dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut.

Budhiana & Wahida (2015) menjelaskan mengenai masing-masing kategori pada diagram Importance Performance Analysis (IPA) :

- Kuadran I (*Possible overkill*) : atribut yang berada pada kuadran ini dianggap cukup penting untuk mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi kinerja atribut tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen yang berakibat pada ketidakpuasan. Oleh karena

itu kinerja atribut pada Kuadran I harus ditingkatkan lagi.

- Kuadran II (*Keep up the good work*) : Kuadran ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap cukup penting sudah memenuhi harapan dari konsumen. Oleh karena itu kinerja atribut pada Kuadran II harus dipertahankan.
- Kuadran III (*Low Priority*) : atribut pada kuadran ini dianggap kurang penting bagi konsumen dan kinerja atributnya juga biasa saja.
- Kuadran IV (*Concentrate Here*) : pada kuadran ini atributnya dianggap tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen akan tetapi kinerja atributnya dianggap berlebihan

2.2 Customer Satisfaction index

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan sebuah metode untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut jasa pelayanan. Umam & Hariastuti (2018). Berikut merupakan tingkat kepuasan konsumen dimana kriteria kepuasan terlihat pada tabel 2.1.

Tabel 1. Kriteria Kepuasan Konsumen

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

2.3 Model Kano

Model Kano merupakan alat yang digunakan untuk mengembangkan suatu produk barang atau jasa yang dikembangkan oleh Profesor Noriaki Kano pada tahun 1972. Metode ini bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, Kano mengkategorikan atribut menjadi 3 atribut utama dan 3 atribut pendukung (Andri, 2020). Berikut kategori atribut dalam Model Kano menurut Amran dkk. (2019) :

- *Must-be* (M) merupakan kebutuhan dasar (*basic needs*) yang apabila tidak dipenuhi maka konsumen akan merasa kecewa, namun apabila atribut ini dipenuhi maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan yang bersifat normal.
- *One Dimensional* (O) merupakan performance needs dimana tingkat kepuasan konsumen berbanding lurus dengan kinerja atribut, sehingga semakin tinggi kinerja atribut maka kepuasan pelanggan akan mengikutinya.
- *Attractive* (A) merupakan *excitement needs*, tingkat kepuasan pelanggan akan melambung tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut, akan tetapi penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan secara signifikan.

- *Indifference* (I) apabila tingkat kepuasan pelanggan tidak berpengaruh dari hasil kerja atribut.
- *Reverse* (R) apabila tingkat kepuasan pelanggan bertolak belakang dengan tingkat kinerja atribut.
- *Questionable* (Q) apabila tingkat kepuasan pelanggan tidak dapat didefinisikan atau masih belum diketahui.

2.4 Integrasi *Importance Performance Analysis* & Model Kano

Model Kano merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen dengan mengkategorikan atribut suatu produk atau jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut dapat memuaskan kebutuhan konsumennya. Sedangkan *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode yang juga digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dengan melibatkan analisa pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut yang diplot Kano (Budhiana & Wahida, 2019). Kedua metode tersebut memiliki kelebihan dan batasan masing-masing, untuk meminimalisir batasan tersebut maka dimungkinkan kedua metode tersebut untuk diintegrasikan. Integrasi IPA-Kano diusulkan untuk mengidentifikasi kekuatan atau kelemahan dan faktor kepuasan secara bersamaan untuk atribut tertentu dengan kuisioner

yang sama. Integrasi IPA-Kano akan memberikan tingkat pengukuran kepuasan konsumen yang lebih akurat, selain itu juga bisa memberikan prioritas layanan untuk mengembangkan sebuah produk atau layanan. Prioritas pengembangan diperoleh dengan cara mengkombinasikan hasil matriks IPA dan hasil kategori model Kano dari setiap atribut layanan dan mengklasifikasikannya kedalam 12 kategori dengan prioritas masing-masing (Wu, et al., 2010).

III. METODE PENELITIAN

Lembaga Pendidikan Bahasa Inggris Zambert Course sebagai penyedia layanan pelatihan dan tes TOEFL. Kemudian subjek pada penelitian ini merupakan konsumen yang merasakan secara langsung materi pelatihan dan layanan tes TOEFL. Penelitian dilakukan mulai bulan April 2023 hingga Juni 2023.

Semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari beberapa jurnal internasional dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 2.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara dan penyebaran kuisioner. Wawancara dilakukan dengan pemilik dan pegawai perusahaan dengan tujuan untuk menggali informasi dan meminta keterangan terkait layanan TOEFL. Kemudian penyebaran kuisioner dilakukan untuk mengukur pendapat responden terkait atribut layanan TOEFL tersebut.

Langkah-langkah pengolahan data pada penelitian ini adalah penilaian kepuasan konsumen dengan *Customer Satisfaction Index*, penentuan klasifikasi

atribut layanan berdasarkan kuadran IPA dan kategori Kano, dan merumuskan strategi perbaikan dengan integrasi IPA-Kano.

Tabel 2. Variabel & Atribut Layanan

Variabel	Atribut Layanan
A1	Kemudahan Proses Pendaftaran
A2	Kejelasan Informasi Pelaksanaan dan Tata Cara Acara
A3	Pelaksanaan Acara Sesuai Jadwal
A4	Fasilitas Ruangan yang Memadai
A5	Materi yang Diajarkan Relevan dan Update
A6	Proses Pembelajaran Mudah Dipahami
A7	Proses Pembelajaran Berlangsung Dua Arah
A8	Kredibilitas dan Kapasitas Tenaga Pengajar
A9	Kejelasan Pengajar dalam Menyampaikan Pendapat
A10	Kemampuan Pengajar dalam Menjawab Setiap Pertanyaan
A11	Kelengkapan dan Kesiapan Perlatan Pendukung Pembelajaran
A12	Pengajar & Pegawai Berpenampilan Sopan dan Rapi
A13	Kecepatan Pegawai dalam Melayani Peserta
A14	Kesigapan Pegawai dalam Melayani Peserta
A15	Keramahan Pegawai dalam melayani Peserta
A16	Kejelasan Pegawai dalam Menyampaikan Informasi
A17	Perusahaan Bertanggung Jawab Melindungi Data Pribadi Peserta

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

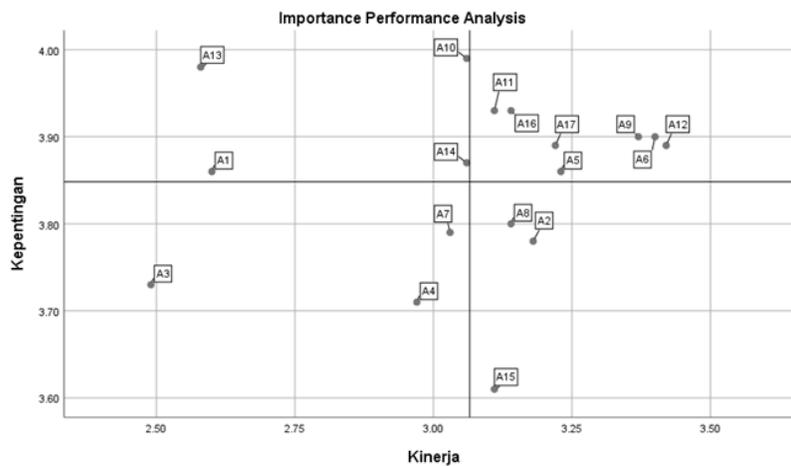
Pengukuran Importance Performance Analysis

Sebelum membuat diagram kartesius maka terlebih dahulu dilakukan perhitungan rata-rata tiap atribut baik tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja. Klasifikasi atribut layanan dibantu dengan pembuatan diagram kartesius. Pembuatan diagram kartesius bertujuan

untuk membantu mengelompokkan dan memvisualkan data yang telah diolah kedalam sebuah kuadran. Diagram Kartesius dibuat dengan bantuan perangkat lunak SPSS dengan inputan berupa rata – rata nilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing – masing atribut.

Tabel 3. Rata-rata Nilai Kepentingan & Kinerja

Variabel	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Variabel	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Rata-rata Tingkat Kinerja
A1	3.86	2.60	A10	3.99	3.06
A2	3.78	3.18	A11	3.93	3.11
A3	3.73	2.49	A12	3.89	3.42
A4	3.71	2.97	A13	3.98	2.58
A5	3.86	3.23	A14	3.87	3.06
A6	3.90	3.40	A15	3.61	3.11
A7	3.79	3.03	A16	3.93	3.14
A8	3.80	3.14	A17	3.89	3.22
A9	3.90	3.37	Rataan	3.85	3.06



Gambar 1. Kuadran *Importance Performance Analysis*

Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) diperoleh dari masing-masing rataan nilai tingkat kepentingan dan nilai tingkat kinerja atribut. Untuk lebih jelas maka

perhatikan table 4 dan perhitungan nilai CSI berikut :

$$CSI = (\text{Total WS} : \text{Skala Max}) \times 100\% = (306.58 : 5) \times 100\% = 61.32\%$$

Tabel 4. Perhitungan CSI

Variabel	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF	Rata-rata Tingkat Kinerja	WS
A1	3.86	5.89	2.60	15.32
A2	3.78	5.77	3.18	18.38
A3	3.73	5.70	2.49	14.18
A4	3.71	5.67	2.97	16.84
A5	3.86	5.91	3.23	19.09
A6	3.90	5.97	3.40	20.29
A7	3.79	5.80	3.03	17.57
A8	3.80	5.81	3.14	18.21
A9	3.90	5.97	3.37	20.10
A10	3.99	6.10	3.06	18.65
A11	3.93	6.00	3.11	18.68
A12	3.89	5.94	3.42	20.35
A13	3.98	6.09	2.58	15.69
A14	3.87	5.92	3.06	18.09
A15	3.61	5.51	3.11	17.16
A16	3.93	6.00	3.14	18.88
A17	3.89	5.94	3.22	19.11
Jumlah				306.58

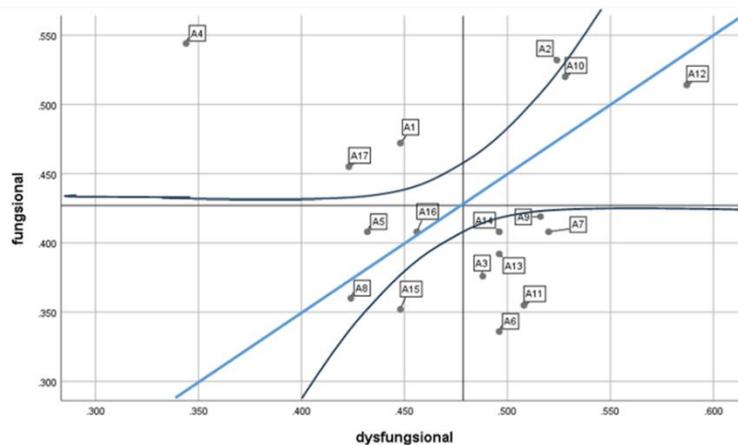
Kategori Model Kano

Nilai Fungsional dan nilai disfungsional yang telah dikumpulkan melalui kuisioner selanjutnya, sehingga dapat menghasilkan kategori model kano. Kedua nilai tersebut nantinya akan diklasifikasikan kedalam 6 kategori model kano, diantaranya ialah Questionable (Q), Reverse (R), Indifferent (I), Must-be (M), One-dimensional (O), dan Attractive (A).

Selanjutnya untuk membuat diagram kano maka dibutuhkan nilai bobot better dan worse. Nilai bobot better bernilai antara 0 sampai 1 sedangkan nilai bobot worse bernilai antara -1 sampai 0. Nantinya nilai better akan berperan sebagai sumbu Y dan nilai worse sebagai sumbu X. Berikut hasil perhitungan nilai better dan worse pada atribut terhadap Kano Classification Matrix.

Tabel 5. Rekapitulasi Kategori Kano

Variabel	I	A	O	M	Better	Worse
A1	32	37	27	29	0.472	0.448
A2	28	38	31	27	0.532	0.524
A3	33	16	31	45	0.376	0.488
A4	29	53	15	28	0.544	0.344
A5	36	16	38	35	0.408	0.432
A6	40	19	23	43	0.336	0.496
A7	35	26	25	39	0.408	0.520
A8	32	13	40	40	0.360	0.424
A9	35	27	25	37	0.419	0.516
A10	25	31	35	34	0.520	0.528
A11	34	17	27	46	0.355	0.508
A12	27	18	38	26	0.514	0.587
A13	31	17	32	45	0.392	0.496
A14	34	28	23	40	0.408	0.496
A15	40	15	29	41	0.352	0.448
A16	35	18	39	33	0.408	0.456
A17	32	39	17	35	0.455	0.423



Gambar 2. Kategori Kano

Integrasi IPA-Kano

Hasil dari Importance Performance Analysis dan Kategori Model Kano

selanjutnya akan diintegrasikan. Hal tersebut dilakukan guna merumuskan

prioritas strategi bagi masing-masing atribut, dimana strategi tersebut

diwujudkan dalam peningkatan kerja atau mempertahankan kinerja atribut.

Tabel 6. Integrasi IPA-Kano

Variabel	Kategori Kano	Kuadran IPA	IPA-Kano	Prioritas Strategi	
				Peningkatan Kinerja	Pertahankan Kinerja
A6	M	II	<i>Survival</i>		1
A9	M	II			
A11	M	II			
A13	M	I	<i>Fatal</i>	1	
A14	M	I			
A3	M	III	<i>Chronic Disease</i>	2	
A7	M	III			
A15	M	IV	<i>Fitness</i>		2
A5	O	II	<i>Major Weapon</i>		3
A12	O	II			
A16	O	II			
A10	O	I	<i>Defenseless Strategy Point</i>	3	
A8	O	IV	<i>Supportive Weapon</i>		4
A17	A	II	<i>Precious Treasure</i>		5
A1	A	I	<i>Dusty Diamond</i>	4	
A4	A	III	<i>Rough Stones</i>	5	
A2	A	IV	<i>Beginning Jewelry</i>		6

Prioritas Perbaikan Atribut Layanan

Kecepatan pegawai dalam melayani peserta (A13) dinggap konsumen cukup buruk, ini tercermin dari banyaknya jumlah pesan yang menupuk di sosial media perusahaan. Hal ini bisa terjadi karena perusahaan tidak memiliki pegawai yang mempunyai tugas khusus sebagai customer service. Oleh karena itu perusahaan disarankan untuk merekrut satu karyawan tambahan untuk menjadi customer service.

Kesigapan pegawai dalam melayani peserta (A14) ketika event berlangsung juga menjadi sangat penting. Banyak peserta yang mengeluhkan lambatnya pegawai dalam melayani setiap keluhan yang masuk pada saat event berlangsung. Akar masalah yang menyebabkan kinerja atribut ini rendah bisa dibagi menjadi 2 faktor. Pertama kurangnya briefing dari pegawai perusahaan kepada karyawan outsourcing dilapangan sehingga seringkali terjadi misinformasi maupun miskomunikasi. Kedua, perusahaan

terkadang hanya mengirim satu orang ke lokasi dimana event tersebut dilaksanakan sehingga pegawai menanggung beban tanggung jawab yang berlebihan dan kinerjanya menjadi tidak maksimal.

Pelaksanaan acara yang sesuai jadwal (A3) memang seringkali menjadi masalah dalam setiap penyelenggaraan event, karena memang masalah dilapangan terkadang muncul secara tidak terduga. Untuk menanggulangi hal ini, perusahaan

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, maka pada sub bab ini akan dipaparkan sebuah kesimpulan yang menjawab dari tujuan dilakukannya penelitian ini sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI), maka diperoleh nilai CSI dimensi kualitas layanan pelatihan dan tes TOEFL oleh Zambert Course sebesar 61.32%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa cukup puas dengan kinerja atribut layanan dari pelatihan dan tes TOEFL yang diselenggarakan oleh Zambert Course.
2. Berdasarkan pengukuran kepuasan konsumen dengan masing-masing metode IPA dan Model Kano maka diperoleh beberapa atribut layanan yang menjadi prioritas utama

sudah meminimalisir dengan membuat jadwal dengan estimasi waktu yang cukup sehingga tiap sesi jaraknya cukup longgar

Sementara itu, disisi yang lain banyak dari konsumen yang merasa proses pembelajaran tidak berlangsung secara dua arah (A7). Harusnya perusahaan bisa memberikan pembekalan kepada tenaga pengajar dan membuat sistem pembelajaran yang interaktif.

untuk dilakukan perbaikan & peningkatan kinerja :

- Berdasarkan pengolahan data menggunakan metode IPA diperoleh atribut layanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan, antara lain : Kemudahan Proses Pendaftaran (A1), Kemampuan Pengajar dalam Menjawab Setiap Pertanyaan (A10), Kecepatan Pegawai dalam Melayani Peserta (A13), dan Kesigapan Pegaawai dalam Melayani Peserta (A14).
- Berdasarkan pengolahan data menggunakan model Kano diperoleh atribut layanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan peningkatan kinerja, antara lain : Kejelasan Informasi

- Pelaksanaan dan Tata Cara Acara (A2), Fasilitas Ruangan yang Memadai (A4), dan Perusahaan Bertanggung Jawab Melindungi Data Pribadi Peserta (A17).
3. Berdasarkan hasil integrasi antara metode IPA dan model Kano maka dapat diketahui atribut mana yang perlu dipertahankan dan perlu ditingkatkan lagi kinerja pelayanannya. Adapun atribut layanan yang masuk kedalam kategori yang harus ditingkatkan lagi kinerjanya secara berurutan ialah Kecepatan Pegawai dalam Melayani Peserta (A13), Kesigapan Pegaawai dalam Melayani Peserta (A14), Pelaksanaan Acara Sesuai Jadwal (A3), dan Proses Pembelajaran Berlangung Dua Arah (A7).

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa, E. (2022). The Effect of Number of Respondents on the Result of Knowledge and Self-medication Behavior Questionnaire Validity and Reability. *Generics : Journal of Research In Pharmacy* Vol.2.
- Amran, T. G., & Ekadeputra, P. (2012). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan Root Cause Analysis. *Jurnal Teknik Industri*, ISN : 1411-6340.
- Arwanda, N. O., Hartoyo, & Hartoyo, S. (2014). Kepuasan, Citra, dan Loyalitas pada lembaga pendidikan tinggi. *Jur. Ilm. Kel & Kons.*, 123-132.
- Budhiana, J., & Wahida, A. Z. (2019). Penggunaan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah SANTIKA* Vol.9.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: Global Research and Consulting.
- Indrasari, D. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Inspira Research Center. (2015). Toefl killer cara pasti mendapat skor TOEFL 600. Yogyakarta: INSPIRA.
- Joseph, M., & Joseph, B. (1997). Service quality in education : a student perspective. doi.org/10.1108/09684889710156549.
- Kermanshachi, S., Nipa, T. J., & Nadiri, H. (2022). Service Quality Assessment and Enhancement using Kano Model. doi.org/10.1371/journal.pone.0264423.
- Kusumawardhani, L., Puspitasari, N. B., & Suliantoro, H. (2010). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan integrasi importance performance analysis (IPA) dan

- model kano. *J@TI UNDIP*, Vol V, No.3, 185-198.
- Lizarelli, F. L., Osiro, L., & Paz, G. R. (2021). Integration of SERVQUAL, Analytical Kano, and QFD using fuzzy approaches to support improvement decision in an entrepreneurial education service. *ScienceDirect*. DOI:10.1016/j.asoc.2021.107786
- Melián, L., Padrón, V., & Espino, T. F. (2004). Quality management in virtual education. *Springer*, 141-150.
- Kuo, N.-T., Chang, K.-C., & Lai, C.-H. (2011). Identifying critical service quality attributes for higher education in hospitality and tourism : Application of the Kano model and importance performance analysis (IPA). *African Journal of Business Management Vol.5*, DOI: 10.5897/AJBM11.1078.
- Parasuraman, Zeithami, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*. Vol 49, 41-50.
- Šimić, M. L., & Čarapić, H. (2008). Education service quality of a business school : former and current students evaluation. *Springer-Verlag*, 181-191.
- Sudhana, P., Lukamandono, & Prabowo, R. (2018). Pengaruh marketing mix terhadap impulse buying dengan niche market sebagai moderasi pada industri jasa pendidikan. *Industri Inovatif - Jurnal Teknik Industri*.
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI*.
- Wu, H.-H., Tang, Y.-T., & Shyu, J.-W. (2010). An integrated approach of kano's model and importance performance analysis in identifying key success factors. *African Journal of Business Management Vol.4*.
- Yousapronpaiboon, K. (2013). SERVQUAL : Measuring higher education quality in Thailand. 1088-1095.
- Andri, A. J. (2020). Model Kano dalam Pengembangan Produk. *Teknik Industri Universitas Islam Indonesia*, DOI:10.13140/RG.2.2.12393.11367.
- Womack, J. P., & Jones, D. T. (1996). *Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth for Your Corporation*. Simon and Schuster.