

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PRODUK J.CO DONUTS & COFFEE MENGGUNAKAN METODE PEMBOBOTAN BERBASIS SPSS DI PURWAKARTA

Rian Nurjaman¹, Rizky Fajar Ramdhani², Muhammad Ihsan³

^{1,2,3} Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta, Indonesia

Email: riannurjaman16@wastukencana.ac.id



DOI: <https://doi.org/10.34125/jkps.v11i4.3236>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 June 2026

Final Revised: 21 June 2026

Accepted: 6 August 2026

Published: 30 August 2026

Keywords:

Customer Satisfaction

Product Quality, Service Quality

Cleanliness, Service Speed

Weighting Method

SPSS



ABSTRAK

Increasing competition in the culinary industry requires companies to better understand and enhance customer satisfaction as a key factor for business success. This study analyzes the level of customer satisfaction and identifies the factors influencing it in J.CO Donuts & Coffee products in Purwakarta. The independent variables include product quality, price, service quality, cleanliness, and service speed, while the dependent variable is customer satisfaction. This research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to customers, measured using a Likert scale. The data were analyzed using SPSS, including validity and reliability tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. In addition, a weighting method was applied to determine the relative importance of each variable. The results indicate that all variables significantly influence customer satisfaction, both partially and simultaneously, with the dominant variable determined based on the highest weighting score as a priority for service improvement.

ABSTRAK

Objektif: Persaingan yang semakin ketat dalam industri kuliner menuntut perusahaan untuk memahami dan meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai kunci keberhasilan bisnis. Penelitian ini menganalisis tingkat kepuasan pelanggan serta faktor-faktor yang memengaruhinya pada produk J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta. Variabel independen yang digunakan meliputi kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kebersihan, dan kecepatan pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan, dengan pengukuran menggunakan skala Likert. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Selain itu, metode pembobotan digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan, dengan variabel dominan ditentukan berdasarkan nilai pembobotan tertinggi sebagai dasar prioritas perbaikan layanan.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, kualitas produk, kualitas pelayanan, kebersihan, kecepatan pelayanan, metode pembobotan, SPSS

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kuliner di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Kondisi ini mendorong munculnya berbagai pelaku usaha dengan inovasi produk dan layanan yang beragam, sehingga tingkat persaingan menjadi semakin ketat. Dalam situasi tersebut, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk dan layanan guna mempertahankan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan setelah mengonsumsi suatu produk atau layanan. Konsep ini dijelaskan dalam Expectation-Disconfirmation Theory yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara ekspektasi awal dengan kinerja aktual yang diterima pelanggan (Oliver, 1980). Tingkat kepuasan yang tinggi akan mendorong loyalitas pelanggan, pembelian ulang, serta penyebaran rekomendasi positif (Tjiptono, 2019).

Berbagai faktor diketahui memengaruhi kepuasan pelanggan, di antaranya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kebersihan, serta kecepatan pelayanan. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan persepsi nilai pelanggan, sedangkan harga yang sesuai dengan manfaat akan memperkuat kepuasan (Kotler & Armstrong, 2018). Selain itu, kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi SERVQUAL seperti reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Parasuraman dkk., 1988). Dalam industri makanan, aspek kebersihan dan kecepatan pelayanan turut menjadi faktor penting yang memengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan (Ryu & Han, 2010).

J.CO Donuts & Coffee sebagai salah satu perusahaan di industri kuliner modern menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Meskipun memiliki citra merek yang kuat, perusahaan tetap perlu melakukan evaluasi secara berkelanjutan terhadap kualitas produk dan layanan yang diberikan. Hingga saat ini, belum terdapat analisis yang komprehensif mengenai faktor-faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS serta metode pembobotan untuk menentukan prioritas variabel yang perlu ditingkatkan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran dan manajemen layanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik berbasis data empiris. Penggunaan survei dengan kuesioner juga banyak direkomendasikan dalam penelitian perilaku konsumen karena mampu menangkap persepsi responden secara sistematis (Sürücü & Maslakci, 2020; Boateng dkk., 2018).

Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3), kebersihan (X4), dan kecepatan pelayanan (X5), serta variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dipahami sebagai hasil perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai studi terbaru mengenai perilaku konsumen (Rita dkk., 2019; Suhartanto dkk., 2020). Variabel kualitas pelayanan diukur berdasarkan dimensi SERVQUAL yang meliputi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, yang dalam berbagai penelitian terbaru masih relevan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan pada sektor jasa dan ritel makanan (Rita dkk., 2019; Suhartanto dkk., 2020).

Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5 untuk mengukur persepsi, sikap, dan tingkat kepuasan responden secara kuantitatif. Skala Likert tetap menjadi salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian sosial dan pemasaran karena sederhana, mudah dipahami responden, serta efektif dalam mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik (Boateng dkk., 2018; Taherdoost, 2016).

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Pengujian validitas dan reliabilitas merupakan tahapan penting dalam penelitian kuantitatif agar hasil pengukuran memiliki akurasi dan konsistensi yang memadai (Sürücü & Maslakci, 2020; Taherdoost, 2016). Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS yang meliputi analisis statistik deskriptif, regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, uji t untuk pengujian secara parsial, uji F untuk pengujian secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.

Selain itu, penelitian ini menggunakan metode pembobotan untuk menentukan tingkat kepentingan masing-masing variabel terhadap kepuasan pelanggan. Metode pembobotan banyak digunakan dalam penelitian pengambilan keputusan untuk menetapkan prioritas berdasarkan kontribusi relatif setiap indikator, sehingga hasilnya lebih representatif dalam menentukan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Mardani dkk., 2018). Hasil pembobotan digunakan sebagai dasar dalam menentukan prioritas perbaikan layanan secara strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert, sedangkan analisis data dilakukan secara statistik menggunakan regresi linear berganda untuk menguji hubungan antar variabel, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, metode pembobotan digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan masing-masing variabel dalam memengaruhi kepuasan pelanggan.

Karakteristik responden dalam penelitian ini dianalisis untuk memberikan gambaran

umum mengenai profil pelanggan yang menjadi objek penelitian. Informasi ini penting untuk memahami latar belakang responden serta kecenderungan perilaku konsumsi yang dapat memengaruhi penilaian terhadap kepuasan pelanggan. Karakteristik responden disajikan berdasarkan beberapa aspek, seperti jenis kelamin, usia, dan frekuensi pembelian, yang dirangkum dalam tabel berikut.

Tabel 1. 1 Karakteristik Responden

N o	Usia	Jumla h	Persentas e	usia	jumla h	persentas e	pembelian terakhir	jumla h
1	Laki-Laki	55	55%	<20 Tahu n	29	29%	1-3 bulan	43
2	Perempua n	45	45%	20-25 Tahu n	35	35%	3-5bulan	57
				25-30 Tahu n	32	32%		
				>30 Tahu n	4	4%		

Berdasarkan tabel karakteristik responden, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 55 orang (55%), sedangkan responden perempuan sebanyak 45 orang (45%). Dari segi usia, responden didominasi oleh kelompok usia 20–25 tahun sebanyak 35 orang (35%), diikuti oleh usia 25–30 tahun sebanyak 32 orang (32%), usia di bawah 20 tahun sebanyak 29 orang (29%), dan usia di atas 30 tahun sebanyak 4 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta berasal dari kelompok usia produktif. Selain itu, berdasarkan waktu pembelian terakhir, sebagian besar responden melakukan pembelian dalam rentang 3–5 bulan sebanyak 57 orang, sedangkan sebanyak 43 orang melakukan pembelian dalam rentang 1–3 bulan. Data ini mengindikasikan bahwa pelanggan memiliki tingkat frekuensi pembelian yang cukup baik terhadap produk yang ditawarkan.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel, di mana item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel. Hasil uji validitas untuk setiap variabel dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 2 Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang <i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X1 (Kualitas Produk)	5	0.403 – 0.576	0.196	Valid
X2 (Harga)	5	0.510 – 0.579	0.196	Valid
X3 (Kualitas Pelayanan)	5	0.520 – 0.588	0.196	Valid
X4 (Kebersihan)	5	0.530 – 0.600	0.196	Valid

X5 (Kecepatan Pelayanan)	5	0.590 – 0.672	0.196	Valid
---------------------------------	----------	----------------------	--------------	--------------

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel, seluruh variabel penelitian yang terdiri dari kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3), kebersihan (X4), dan kecepatan pelayanan (X5) dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung pada setiap item yang berada pada rentang 0,403 hingga 0,672, di mana seluruh nilai tersebut lebih besar dari r tabel sebesar 0,196. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dikatakan reliabel apabila mampu memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan dalam kondisi yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa nilai alpha lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 3 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,921	25

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,921 dengan jumlah item sebanyak 25. Nilai tersebut berada jauh di atas batas minimum 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen berdasarkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Nilai ini dapat dilihat melalui hasil analisis pada tabel Model Summary yang dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SPSS. Hasil analisis tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 4 Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761^a	0,580	0,557	2,110
a. Predictors: (Constant), X1.5, X1.1, X1.3, X1.4, X1.2				

Berdasarkan tabel Model Summary, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,761 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel independen dengan

kepuasan pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,580 menunjukkan bahwa sebesar 58% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kebersihan, dan kecepatan pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 42% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,557 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tetap berada pada kategori cukup kuat. Nilai standar error sebesar 2,110 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model yang relatif kecil, sehingga model regresi yang digunakan dapat dikatakan cukup baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai tingkat konsistensi internal dari instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang stabil dan konsisten apabila digunakan dalam pengukuran yang berulang. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria bahwa nilai alpha lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diterima. Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 5 Uji reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,921	25

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,921 dengan jumlah item sebanyak 25. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, karena berada di atas standar minimum yang ditetapkan. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner memiliki konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur variabel penelitian, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis pembobotan dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan masing-masing variabel dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Metode ini digunakan untuk memberikan nilai prioritas pada setiap variabel berdasarkan kontribusinya terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Hasil perhitungan pembobotan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. 6 Pembobotan

Variabel	Nilai Pembobotan	Kategori
Kualitas Produk	66,40%	Tinggi
Harga	66,84%	Tinggi
Kualitas Pelayanan	67,32%	Tinggi
Kebersihan	68,44%	Tinggi
Kecepatan Pelayanan	68,44%	Tinggi
Kepuasan Pelanggan	69,48%	Tinggi

Berdasarkan tabel hasil pembobotan, seluruh variabel dalam penelitian ini berada pada kategori tinggi. Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai pembobotan tertinggi sebesar 69,48%, yang menunjukkan bahwa secara umum tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta berada pada kategori tinggi. Di antara variabel independen, kebersihan dan kecepatan pelayanan memiliki nilai pembobotan tertinggi sebesar 68,44%, diikuti oleh kualitas pelayanan sebesar 67,32%, harga sebesar 66,84%, dan kualitas produk sebesar 66,40%. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kebersihan dan kecepatan pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Meskipun seluruh variabel berada pada kategori tinggi, perbedaan nilai pembobotan menunjukkan adanya prioritas dalam peningkatan layanan, terutama pada variabel dengan nilai yang relatif lebih rendah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, kebersihan, dan kecepatan pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada J.CO Donuts & Coffee di Purwakarta. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 58%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Selain itu, hasil analisis pembobotan menunjukkan bahwa seluruh variabel berada pada kategori tinggi, yang mengindikasikan bahwa secara umum tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan yang diberikan sudah baik. Variabel kebersihan dan kecepatan pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, diikuti oleh kualitas pelayanan, harga, dan kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa aspek pelayanan, khususnya kebersihan dan kecepatan, menjadi faktor utama yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan disarankan untuk mempertahankan kinerja pada variabel yang telah memiliki nilai tinggi, khususnya pada aspek kebersihan dan kecepatan pelayanan yang terbukti menjadi faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk dan penyesuaian harga agar lebih sesuai dengan persepsi nilai pelanggan, mengingat kedua variabel tersebut memiliki nilai pembobotan yang relatif lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Perusahaan juga disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas layanan guna menjaga konsistensi kepuasan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan, atau citra merek agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

REFERENSI

- Hananto, B. A., & Indrawan, I. (2024). Pengaruh customer satisfaction, e-service quality, dan trust terhadap e-wom Tokopedia di Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 22(1), 73–86. <https://doi.org/10.14710/jspi.v22i1.73-86>
- Sandiwarno, S. (2024). Penerapan metode service quality (SERVQUAL) dan simple additive weighting (SAW) untuk menentukan pengambilan keputusan terhadap kepuasan

- pelanggan (studi kasus: restoran ayam geprek). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 14(1), 88–99. <https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp88-99>
- Winaryanto, A. P., Wahyuni, D. T. P., Soetadi, J. Z., & Tsani, R. R. (2024). Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Go-Food di wilayah Jabodetabek menggunakan metode SERVQUAL dan importance performance analysis. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(2).
- Yudha, A. S., & Lufti, M. I. (2024). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL dan quality function deployment pada kopi maning Bekasi. *Jurnal PASTI*, 18(3). <https://doi.org/10.22441/pasti.2024.v18i3.012>
- Latimbang, M. A., Rasyid, A., Machmoed, B. R., & Uloli, H. (2024). Analisis pelayanan dengan menggunakan metode SERVQUAL terhadap pelayanan pada PT Pos Indonesia Cabang Gorontalo. *Jurnal Vokasi Sains dan Teknologi*, 4(1). <https://doi.org/10.56190/jvst.v4i1.61>
- Ziyadah, F. N., & Alisah, E. (2024). Analisis fuzzy SERVQUAL dalam mengukur tingkat kepuasan pasien BPJS kesehatan terhadap kualitas layanan pada UPTD puskesmas. *Jurnal Riset Mahasiswa Matematika*, 3(6).
- Ibrahim, A., Fitriani, L., Ruskan, E. L., & Sevtiyuni, P. E. (2024). Analysis of the level of satisfaction with the quality of clinical services using the SERVQUAL method. *Journal of Informatics and Telecommunication Engineering*, 7(2).
- Abboodi, M. (2025). A framework for measuring and analyzing customer satisfaction using Lean Six Sigma. *International Journal of Industrial Engineering*.

Copyright holder:
© Author

First publication right:
Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:
CC-BY-SA