

**TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA
TERHADAP KEPUASAN MITRA PT. KREASI NOSTRA MANDIRI
(SAYURBOX)
IMPORTANCE AND PERFORMANCE LEVELS
TO THE SATISFACTION OF PT. INDEPENDENT NOSTRA CREATIONS
(SAYURBOX)**

Oleh :

Endah Lisarini¹, Adang Suryana², dan Rosy Romadona³

^{1,2,3}Fakultas Sains Dan Terapan, Universitas Suryakancana

ABSTRAK

PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan menjual berbagai kebutuhan masyarakat, khususnya kebutuhan pangan. Hortikultura merupakan salah satu bagian dari sub-sektor pertanian yang beragam yang terdiri dari sayuran, buah-buahan, florikultura (tanaman hias), dan biofarmaka (tanaman obat). Sayuran merupakan salah satu komoditas hortikultura yang menempati posisi penting sebagai produk pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Penelitian ini bertujuan untuk: 1. Mengkaji tingkat kepentingan kinerja PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) terhadap mitra, 2. Mengkaji tingkat kepuasan mitra terhadap PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox). Variabel bebas pada penelitian ini terdiri dari tingkat kepentingan dan kinerja dengan variabel terikatnya yaitu kepuasan mitra. Data yang didapatkan bahwa 37 responden pada penelitian ini seluruhnya berjenis kelamin laki-laki dengan rentang usia 35% berusia 41-≤50 tahun. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), analisis ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan menganalisis sejauh mana tingkat kinerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja mendapatkan hasil rata-rata sebesar 94%, dengan atribut yang memberikan kepentingan tertinggi yaitu atribut “Produk yang disuplai ke PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) dihargai dengan layak” dan yang memiliki tingkat kepentingan terendah yaitu atribut “Harga sudah disepakati dan mempertimbangkan sesuai dengan kualitas produk”. Adapun indeks kepuasan mitra terhadap PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) masuk kedalam kategori sangat memuaskan dengan persentase 81,84%.

Kata Kunci: Sayurbox, Kepentingan, Kinerja, Kepuasan Mitra.

ABSTRACT

PT Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) is a company engaged in agriculture by selling various community needs, especially food needs. Horticulture is one part of a diverse agricultural sub-sector consisting of vegetables, fruits, floriculture (ornamental plants), and biopharmaca (medicinal plants). Vegetables are one of the horticultural commodities that occupy an important position as an agricultural product that has the potential to be developed. This research aims to: 1. Assess the level of importance of the performance of PT Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) to partners, 2. Assess the level of partner satisfaction with PT Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox). The independent variables in this study consist of the level of importance and performance with the dependent variable being partner satisfaction. The data obtained that 37 respondents in this study were all male with an age range of 35% aged 41-≤50 years. The sampling technique used is probability sampling with simple random sampling technique. The analysis method used is Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA), this analysis is used to measure the level of satisfaction and analyze the extent of the performance level. The results showed that the level of conformity between interests and performance obtained an average result of 94%, with the attribute that gave the highest importance was the attribute "Products supplied to PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) are properly valued" and which had the lowest level of importance, namely the attribute "Prices have been agreed upon and considered in accordance with product quality". The partner satisfaction index for PT Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) falls into the very satisfying category with a percentage of 81.84%.

Keywords: Sayurbox, Importance, Performance, Partner Satisfaction.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan penduduk yang sangat pesat. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2021-2022 bahwa jumlah penduduk di Indonesia mencapai 272.682 ribu jiwa di tahun 2021 dan mengalami peningkatan menjadi 275.773 ribu jiwa di tahun 2022 (BPS, 2022). Pertumbuhan penduduk yang pesat tersebut membuat berbagai lapisan masyarakat terdorong untuk dapat terus memenuhi kebutuhannya masing-masing. Salah satu kebutuhan tersebut adalah kebutuhan pangan. Di antara kebutuhan pangan tersebut, sayuran menjadi salah

satu kebutuhan pangan yang penting karena di dalamnya terdapat kandungan vitamin dan mineral yang baik untuk kesehatan.

Hortikultura merupakan salah satu bagian dari sub-sektor pertanian yang beragam yang terdiri dari sayuran, buah-buahan, florikultura (tanaman hias), dan biofarmaka (tanaman obat). Sayuran merupakan salah satu komoditas hortikultura yang menempati posisi penting sebagai produk pertanian yang memiliki potensi untuk dikembangkan. Pada tahun 2014-2015, produksi sayuran mengalami peningkatan.

Pengembangan produk hortikultura merupakan produk yang sangat dibutuhkan secara berkelanjutan oleh masyarakat Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar sesungguhnya merupakan sebuah peluang bagi pasar domestik. Namun pada kenyataannya pangsa pasar yang besar tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Sementara pada hakikatnya mengkonsumsi sayuran setiap harinya, merupakan sumber serat, mineral dan vitamin yang sangat penting bagi pertumbuhan dan kesehatan.

Sayurbox didirikan pada tahun 2016 dengan misi menggunakan teknologi untuk memperbaiki rantai pasok pertanian Indonesia. Perusahaan *startup* ini mempunyai misi lain yaitu memberikan akses pasar kepada petani lokal melalui digitalisasi rantai pasok pertanian Indonesia. Platform Sayurbox kini telah menawarkan lebih dari 5000 *Stock Keeping Unit* (SKU), mulai dari produk segar seperti sayuran dan buah-buahan, daging dan unggas, makanan ringan, hingga hidangan siap saji.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2022), kepentingan berarti keperluan atau kebutuhan. Kebutuhan atau *needs* didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia dan harus ada, sehingga dapat menggerakkan manusia sebagai dasar (alasan) untuk mau berusaha agar dapat memenuhi kebutuhannya. (Kotler dan Armstrong *dalam* (Rinova, 2018)).

Menurut Mangkunegara *dalam* (Marayasa, et.al., 2019) “Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya”.

Menurut Tjiptono *dalam* (Afrilliana, 2020) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya. Adapun faktor-Faktor yang dapat mempengaruhi Kepuasan menurut Irawan *dalam* (Ngatmo & Bodroastuti, 2017) faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk
- b. Harga
- c. *Service Quality*

- d. Emotional Factor
- e. Biaya dan Kemudahan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) yang beralamatkan di Jl. Hanjawar, Desa Cibodas, Kecamatan Pacet, Kabupaten Cianjur. Populasi dalam penelitian ini adalah para mitra yang bergabung dengan PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox). Sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *probability sampling* dengan teknik *sampling simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Issac dan Michael yang menghasilkan hasil sebesar 37 sampel atau responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, *customer satisfaction index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sayurbox merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pertanian dengan menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat secara online melalui *e-commerce*, khususnya untuk memenuhi kebutuhan pangan. Sayurbox berdiri sejak tahun 2016. Misi dari Sayurbox adalah menggunakan teknologi untuk memperbaiki rantai pasok pertanian Indonesia. Misi lain dari didirikannya Sayurbox adalah untuk memberikan akses pasar kepada petani lokal melalui digitalisasi rantai pasok pertanian Indonesia.

Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Data yang akan dideskripsikan dalam analisis deskriptif yaitu mengenai karakteristik responden berdasarkan 5 kategori, yaitu: usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, tingkat pendapatan, dan lama bergabung sebagai mitra dari PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox)

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21-≤30 Tahun	4	11%
31-≤40 Tahun	11	30%
41-≤50 Tahun	13	35%
51-≤60 Tahun	8	21%
61-≤70 Tahun	1	3%
Total	37	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	37	100%
Perempuan	0	0
Total	37	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tk. Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	24	65%
SMP	5	13%
SMA	4	11%
S1	3	8%
S2	1	3%
Total	37	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tk. Pendapatan	Jumlah	Persentase
<Rp. 1.000.000	0	0%
Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	0	0%
≥Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000	0	0%
≥Rp. 3.000.000	37	100%
Total	37	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bergabung
Dengan Mitra

Lama Bergabung Sebagai Mitra	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	12	32%
1-2 Tahun	20	54%
>2 Tahun	5	14%
Total	37	100%

Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner.

Uji validitas tingkat kepentingan

Item	r-hitung	r-tabel	Cut off	Keterangan
A1.1	0,394	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.2	0,524	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.3	0,578	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.4	0,732	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.5	0,803	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.6	0,789	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.7	0,748	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.8	0,658	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.9	0,716	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.10	0,702	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.11	0,797	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A1.12	0,664	0,334	0,30	Valid dan Signifikan

Diketahui bahwa hasil uji validitas dari variabel tingkat kepentingan dengan jumlah item pernyataan sebanyak 12 item seluruhnya dinyatakan valid dan signifikan.

Uji validitas tingkat kinerja

Item	r-hitung	r-tabel	Cut off	Keterangan
A2.1	0,664	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.2	0,652	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.3	0,608	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.4	0,359	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.5	0,454	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.6	0,474	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.7	0,114	0,334	0,30	Tidak Valid dan Tidak Signifikan
A2.8	0,335	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.9	0,247	0,334	0,30	Tidak Valid dan Tidak Signifikan
A2.10	0,222	0,334	0,30	Tidak Valid dan Tidak Signifikan
A2.11	0,405	0,334	0,30	Valid dan Signifikan
A2.12	0,340	0,334	0,30	Valid dan Signifikan

Diketahui bahwa hasil uji validitas dari variabel tingkat kinerja dengan jumlah item pernyataan yang sama dengan variabel tingkat kepentingan yaitu sebanyak 12 item, untuk item pernyataan A2.7, A2.9, dan A2.10 dinyatakan tidak valid dan signifikan dan tidak dapat diuji lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's		Hasil Uji Reliabilitas
	Alpha	Cut-off	
Kepentingan	0,887	0,60	Reliabel
Kinerja	0,626	0,60	Reliabel

Dapat dilihat bahwa, baik pada variabel tingkat kepentingan maupun pada variabel tingkat kinerja keduanya menghasilkan nilai crocbach's alpha yang lebih besar daripada 0,60. Maka kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Customer Satisfaction Index (CSI)

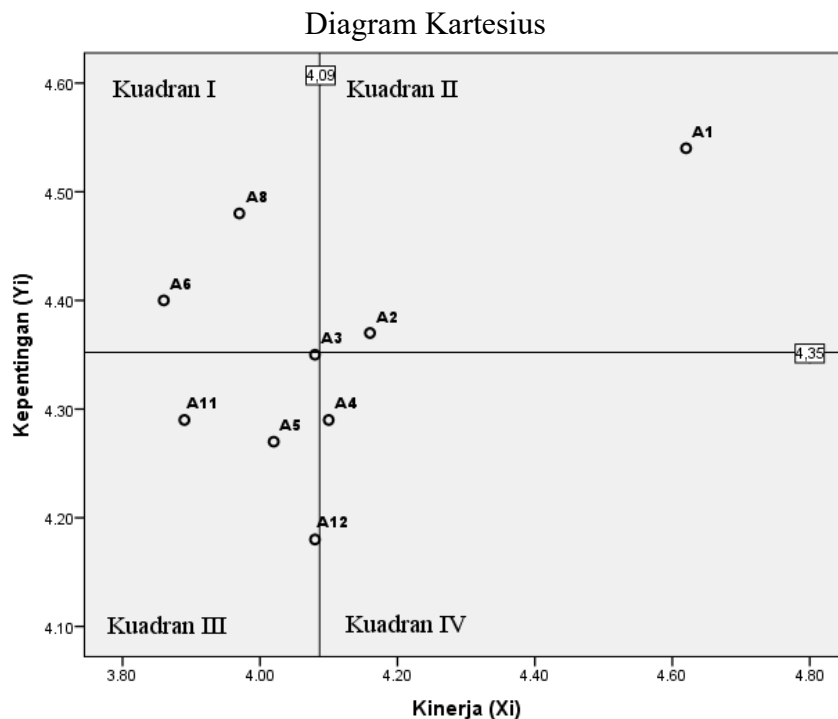
Metode *customer satisfaction index* (CSI) digunakan untuk menganalisis sejauh mana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) terhadap besarnya tingkat kepuasan dari mitra yang bergabung dengan perusahaan tersebut. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan tingkat kepuasan mitra PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox).

Kode item	Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)	MSS	MIS	WF (%)	Wsi
A1	171	168	4,62	4,54	11,58	53,51
A2	154	162	4,16	4,38	11,16	46,47
A3	151	161	4,08	4,35	11,10	45,28
A4	152	159	4,11	4,30	10,96	45,02
A5	149	158	4,03	4,27	10,89	43,85
A6	143	163	3,86	4,41	11,23	43,42
A8	147	166	3,97	4,49	11,44	45,45
A11	144	159	3,89	4,30	10,96	42,65
A12	151	155	4,08	4,19	10,68	43,60
Total	1362	1451	36,81	39,22	100,00	409,24
Rata-rata			4,09	4,36	11,11	45,47
Csi = $(\sum Wsi/5) \times 100\%$						81,84%

Berdasarkan perhitungan CSI pada tabel diatas, hasilnya menunjukkan bahwa nilai dari *Customer Stasfaction Index* (CSI) adalah sebesar 81,84%. Nilai ini menunjukkan bahwa indeks kepuasan mitra dari PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) untuk atribut-atribut yang telah diuji masuk ke dalam kategori yang sangat memuaskan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur sejauh mana kualitas kinerja PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) dalam memenuhi ekspektasi dan kebutuhan mitra dalam rangka memuaskan mitra tersebut.



Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat beberapa lingkaran kecil yang menandakan atribut-atribut tersebut masuk kedalam salah satu dari keempat kuadran tersebut.

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran prioritas utama ini merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi kepuasan dari mitra PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox), namun pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sepenuhnya sesuai dengan harapan mitra.

Terdapat tiga atribut yang termasuk kedalam kuadran prioritas utama ini, yakni: atribut A₃ (PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) mempermudah akses ke berbagai pasar), atribut A₆ (produk *reject* atau cacat dihargai dengan layak) dan atribut A₈ (produk yang disupply ke PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) dihargai dengan layak), ketiga atribut tersebut dianggap penting oleh mitra karena mitra sangat membutuhkan keterjangkauan akses pasar dan harga yang terjangkau.

Namun, pada kenyataannya atribut-atribut tersebut tidak selamanya berjalan sesuai dengan harapan. Akses pasar yang didapatkan oleh mitra sudah terbantu namun masih kurang luas dan harga yang ditawarkan oleh PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) tak jarang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan mitra. Maka dari itu

PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) harus memprioritaskan untuk memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran prioritas utama ini.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting dan kinerjanya memuaskan. Adapun atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran pertahankan prestasi ini yakni: atribut A₁ (PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) membantu saya dalam memasarkan produk) dan A₂ (PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) mempermudah akses ke berbagai konsumen).

Bersasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut A₁ dan A₂ mendapatkan hasil yang relatif tinggi jika dibandingkan dengan nilai rata-rata dari atribut-atribut yang lain. Itu berarti kedua atribut ini merupakan atribut yang harus dipertahankan kinerjanya karena merupakan atribut-atribut yang dianggap unggul oleh mitra.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran prioritas rendah ini merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh mitra dan kinerjanya kurang memuaskan. Atribut-atribut yang termasuk kedalam kuadran ini yakni: atribut A₅ (PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) menerima produk reject atau produk cacat), A₁₁ (dengan menyuplai produk ke PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) pendapatan mitra meningkat jika dibandingkan dengan menyuplai atau menjual ke tengkulak), dan A₁₂ (harga sudah disepakati dan mempertimbangkan sesuai dengan kualitas produk).

Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan kinerjanya kurang memuaskan, karena pada kenyataannya atribut-atribut tersebut tak berjalan sesuai dengan yang diharapkan mitra. Contohnya adalah tidak semua produk cacat diterima oleh PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox), ada kriteria-kriteria tertentu untuk penerimaan produk cacat yang telah ditentukan oleh pihak perusahaan. Kemudian, PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) tidak menjamin pendapatan mitra akan meningkat setelah bergabung dengannya. Dan harga yang ditawarkan sudah disepakati dan mempertimbangkan kualitas produk, sehingga mitra tidak dapat meminta harga yang lebih tinggi lagi karena sudah melalui kesepakatan bersama.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran berlebihan merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting, tetapi kinerjanya dianggap memuaskan. Adapun atribut yang masuk

kedalam kuadran ini yakni: atribut A₄ (PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) menerima produk dengan berbagai kualitas (grading)).

Atribut A₄ dianggap kurang penting namun kinerjanya memuaskan. PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) menerima produk dari berbagai *grade*. Produk-produk tersebut nantinya dihargai sesuai dengan kualitasnya masing-masing dan dihargai dengan layak. Atribut A₄ ini dianggap memuaskan oleh mitra karena belum tentu perusahaan lain mau menerima produk dengan berbagai kualitas dan menghargainya dengan layak. Maka dari itu, atribut A₄ dapat menjadi nilai tambah bagi PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) karena mitra merasa puas atas peran dari perusahaan yang tetap mau menerima produk dengan berbagai kualitas dan menghargainya dengan layak.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja mendapatkan hasil rata-rata sebesar 94%. Kinerja PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) yang paling penting adalah atribut produk yang disuplai ke PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) dihargai dengan layak dan kinerja PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) yang memiliki tingkat kepentingan terendah adalah atribut harga sudah disepakati dan mempertimbangkan sesuai dengan kualitas produk.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat diketahui bahwa kepuasan mitra terhadap kinerja dari PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) mendapatkan hasil sebesar 81,84% dimana nilai ini berada pada rentang skala 81%-100% yang artinya termasuk kedalam kategori sangat memuaskan bagi para mitra. Kinerja PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) yang paling memberikan kepuasan tertinggi adalah atribut PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) membantu mitra dalam memasarkan produk dan kinerja yang memberikan kepuasan terendah adalah atribut PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) menerima produk dengan berbagai kualitas (*grading*).

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan sesuai dengan hasil penelitian yang didapatkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan atau *Warehouse* Cabang Cianjur
Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mitra. Maka diharapkan agar PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) tetap menjaga

kinerja atribut PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) membantu saya dalam memasarkan produk dan PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) mempermudah akses ke berbagai konsumen. Kemudian PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) juga diharapkan dapat memperbaiki serta meningkatkan kinerja dari atribut PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) menerima produk *reject* atau produk cacat, atribut dengan menyuplai produk ke PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) pendapatan mitra meningkat jika dibandingkan dengan menyuplai atau menjual ke tengkulak, dan atribut harga sudah disepakati dan mempertimbangkan sesuai dengan kualitas produk.

2. Bagi Petani

Petani disarankan untuk melanjutkan bermitra dengan PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox) karena nilai kepentingan dan kinerjanya sangat memuaskan bagi mitra.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya. Diharapkan ke depannya dapat dikembangkan lagi dengan meneliti layanan-layanan lain yang mungkin ditawarkan oleh PT. Kreasi Nostra Mandiri (Sayurbox). Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti mengenai atribut-atribut dalam penelitian ini yang dirasa kurang penting dan kinerjanya pun belum memuaskan atau belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilliana, N. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Naional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46–55.
- Badan Pusat Statistik. 2022. Data Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan), 2020-2022. <https://www.bps.go.id/indicator/12/1975/1/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun.html>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2022. Pengertian Kepentingan. <https://kbbi.web.id/penting>
- Marayasa, I.N., & Faradila, A. 2019. Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank Dinar Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 110–122.
- Ngatmo, & Bodroastuti, T. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1–25. <https://www.neliti.com/publications/103095/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-kepuasan-pelanggan-pada-pt-sido-muncul-semarang>
- Putri, R. E., & Andriani, D. R. 2018. Analisis Manajemen Rantai Pasokan Sayuran Studi Kasus Supplier Sayuran CV. Lestari Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 2(4), 303–317.

<https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2018.002.04.5>

Rinova, D. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Belanja Batik Khas Lampung Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Kebijakan Pelayanan Dan Publik* ISSN: 2443-1214.