

**ANALISIS KEBERHASILAN GNYSYS CREATIVE DALAM
MENERAPKAN *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* PADA USAHA
CLUSTER COFFEE**

SKRIPSI



Oleh

**EKA ARIF LISTYANTO
1957201022**

**SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Nama : Eka Arif Listyanto
NIM : 1957201022
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Analisis Keberhasilan GNYSYS Creative Dalam
Menerapkan Social Media Management pada Usaha
Cluster Coffee

Pekanbaru, 5 Januari 2026

Disetujui Oleh,

Pembimbing



Wirdah Choiriah, M.Kom

NIDN: 1008128505

Mengetahui,



Dekan

Dr. Yogi Yuneфри, M.Kom., MTA., MCE
NIDN: 1022068803



Ketua Program Studi

Febrizal Alfarasy Syam, M.Kom., MTA
NIDN: 1022068803

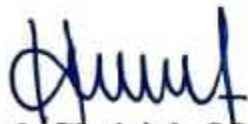
HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Eka Arif Listyanto
NIM : 1957201022
Program Studi : Sistem Informasi
Judul : Analisis Keberhasilan GNYSYS Creative Dalam
Menerapkan Social Media Management pada Usaha
Cluster Coffee

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 23 Januari
2026, sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S.Kom).

Dewan Penguji,

Ketua



Wirdah Choiriah, M.Kom

NIDN: 1008128505

Anggota



Dr. Zamzami, M.Kom., MTA., MCF

NIDN: 0212127501

Anggota



Fana Wiza, M.Kom., MTA

NIDN: 1018058901



Dekan

Dr. Yogi Yunefri, M.Kom., MTA., MCE

NIDN. 1022068803

Mengetahui,



Ketua Program Studi

Febrizal Alfarasy Syam, M.Kom., MTA

NIDN. 1027029102

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat Karya/Pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila ditemukan suatu Jiplakan/Plagiat maka saya bersedia menerima akibat berupa sanksi Akademis dan sanksi lain yang diberikan oleh yang berwenang sesuai ketentuan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Pekanbaru, 7 Januari 2026
yang membuat pernyataan



Eka Arif Listyanto
1957201022

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungannya kepada saya, yang telah banyak berjasa dalam hidup saya, selalu memberikan semangat untuk tetap menuntut ilmu dan selalu memberikan motivasi agar menyelesaikan studi ini. Semoga dengan selesainya studi saya ini bisa membuat ayah, bunda dan adik senang.
2. Sahabat – sahabat saya yang selalu memberikan dukungan, motivasi, hiburan, dan saran. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik kedepannya.
3. Diri saya sendiri, terima kasih telah berjuang dengan melawan ego serta suasana hati yang tidak tentu selama penulisan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Keberhasilan GNYSYS Creative Dalam Menerapkan Social Media Management pada Usaha Cluster Coffee”.

Terima kasih saya ucapkan kepada ibu Wirdah Choiriah, M.Kom selaku Sekretaris Program Studi Sistem Informasi dan pembimbing yang telah membantu penulis baik secara moral maupun materi. Terima kasih saya ucapkan juga kepada:

1. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Komputer UNILAK, Bapak Dr. Yogi Yunefri, M.Kom., MTA., MCE.
2. Bapak Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Komputer UNILAK, Afriansyah, M.Kom., MTA
3. Ibu Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Komputer UNILAK, Ibu Dr. Lucky Lhaura Van FC, M.Kom., MTA
4. Bapak Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Komputer UNILAK, Bapak Dr. Sutejo, M.Kom., MTA
5. Bapak Febrizal Alfarasy Syam, M.Kom., MTA selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Komputer Universitas Lancang Kuning yang banyak memberikan ilmu kepada penulis.
7. Bapak dan Ibu Tata Usaha dan Prodi yang telah banyak membantu dalam pengurusan saya selama masa studi.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini dibuat masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca guna menjadi acuan agar penulis bisa menjadi lebih baik lagi di masa mendatang.

Pekanbaru, 14 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	2
C. Batasan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
B. Teori Dasar yang Digunakan.....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Tahapan-Tahapan Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Data yang Digunakan	38
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Skala Pengukuran Variabel.....	40
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	52
A. Profil Cluster Coffee.....	52
B. Profil GNYSYS Creative.....	55
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Hasil Penelitian.....	58
B. Hasil Uji Kualitas Instrumen	62
C. Hasil Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	66
D. Hasil Analisis <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	67
E. Pembahasan	68
F. Perbandingan dengan Hasil Penelitian Terdahulu	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	75

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel-Variabel penelitian-----	41
Tabel 3.2 Tabel Skor Presentase-----	51
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor -----	51
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden -----	58
Tabel 5.2 Umur Responden -----	59
Tabel 5.3 Statistik Deskriptif-----	59
Tabel 5.3 Statistik Deskriptif Lanjutan -----	60
Tabel 5.4 Uji Validitas <i>Performance</i> -----	63
Tabel 5.5 Uji Validitas <i>Importance</i> -----	63
Tabel 5.6 Uji Reliabilitas -----	65
Tabel 5.6 Perhitungan CSI -----	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rumus Korelasi Product Moment.....	25
Gambar 2.2 Rumus Tingkat Signifikasi.....	25
Gambar 2.3 Rumus Uji Reliabilitas	27
Gambar 2.4 Diagram Kartesius IPA	31
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	34
Gambar 4.1 Logo Cluster Coffee	53
Gambar 4.2 Logo Gnysys	56
Gambar 5.1 Diagram IPA	68

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Surat Balasan Penelitian</i>	<i>80</i>
<i>Lampiran 2 Surat Permohonan Penelitian</i>	<i>81</i>
<i>Lampiran 3 Bukti Bimbingan 1</i>	<i>82</i>
<i>Lampiran 4 Bukti Bimbingan 2</i>	<i>83</i>
<i>Lampiran 5 Surat Lulus Plagiat</i>	<i>84</i>
<i>Lampiran 6 Kuesioner Bagian 1</i>	<i>85</i>
<i>Lampiran 7 Kuesioner Bagian 2</i>	<i>86</i>
<i>Lampiran 8 Kuesioner Bagian 3</i>	<i>87</i>
<i>Lampiran 9 Kuesioner Bagian 4</i>	<i>88</i>
<i>Lampiran 10 Kuesioner Bagian 5</i>	<i>89</i>
<i>Lampiran 11 Kuesioner Bagian 6</i>	<i>90</i>
<i>Lampiran 12 Kuesioner Bagian 7</i>	<i>91</i>
<i>Lampiran 13 Kuesioner Bagian 8</i>	<i>92</i>
<i>Lampiran 14 Kuesioner Bagian 9</i>	<i>93</i>
<i>Lampiran 15 Kuesioner Bagian 10</i>	<i>94</i>
<i>Lampiran 16 Kuesioner Bagian 11</i>	<i>95</i>
<i>Lampiran 17 Kuesioner Bagian 12</i>	<i>96</i>

<i>Lampiran 18 Kuesioner Bagian 13</i>	97
<i>Lampiran 19 Kuesioner Bagian 14</i>	98
<i>Lampiran 20 Kuesioner Bagian 15</i>	99
<i>Lampiran 21 Kuesioner Bagian 16</i>	100
<i>Lampiran 22 Kuesioner Bagian 17</i>	101
<i>Lampiran 23 Jawaban Kuesioner Bagian 1</i>	102
<i>Lampiran 24 Jawaban Kuesioner Bagian 2</i>	103
<i>Lampiran 25 Jawaban Kuesioner Bagian 3</i>	104
<i>Lampiran 26 Jawaban Kuesioner Bagian 4</i>	105
<i>Lampiran 27 Jawaban Kuesioner Bagian 5</i>	106
<i>Lampiran 28 Jawaban Kuesioner Bagian 6</i>	107
<i>Lampiran 29 Jawaban Kuesioner Bagian 7</i>	108
<i>Lampiran 30 Jawaban Kuesioner Bagian 8</i>	109
<i>Lampiran 31 Jawaban Kuesioner Bagian 9</i>	110
<i>Lampiran 32 Jawaban Kuesioner Bagian 10</i>	111
<i>Lampiran 33 Jawaban Kuesioner Bagian 11</i>	112
<i>Lampiran 34 Jawaban Kuesioner Bagian 12</i>	113
<i>Lampiran 35 Jawaban Kuesioner Bagian 13</i>	114

<i>Lampiran 36</i> Jawaban Kuesioner Bagian 14	115
<i>Lampiran 37</i> Jawaban Kuesioner Bagian 15	116
<i>Lampiran 38</i> Jawaban Kuesioner Bagian 16	117
<i>Lampiran 39</i> Jawaban Kuesioner Bagian 17	118
<i>Lampiran 40</i> Jawaban Kuesioner Bagian 18	119
<i>Lampiran 41</i> Jawaban Kuesioner Bagian 19	120
<i>Lampiran 42</i> Jawaban Kuesioner Bagian 20	121
<i>Lampiran 43</i> Jawaban Kuesioner Bagian 21	122
<i>Lampiran 44</i> Jawaban Kuesioner Bagian 22	123
<i>Lampiran 45</i> Jawaban Kuesioner Bagian 23	124
<i>Lampiran 46</i> Dokumentasi Kuesioner Bagian 1	125
<i>Lampiran 47</i> Dokumentasi Kuesioner Bagian 2	125
<i>Lampiran 48</i> Uji Validitas Bagian 1	126
<i>Lampiran 49</i> Uji Validitas Bagian 2	127
<i>Lampiran 50</i> Uji Validitas Bagian 3	128
<i>Lampiran 51</i> Uji Validitas Bagian 4	129
<i>Lampiran 52</i> Uji Reliabilitas Bagian 1	130
<i>Lampiran 53</i> Uji Reliabilitas Bagian 2	130

<i>Lampiran 54 Uji Reliabilitas Bagian 3</i>	<i>131</i>
<i>Lampiran 55 Uji Reliabilitas Bagian 4</i>	<i>131</i>
<i>Lampiran 55 Uji Reliabilitas Bagian 4</i>	<i>132</i>
<i>Lampiran 56 Uji Reliabilitas Bagian 5</i>	<i>132</i>
<i>Lampiran 56 Uji Reliabilitas Bagian 5</i>	<i>133</i>
<i>Lampiran 57 Uji Reliabilitas Bagian 6</i>	<i>133</i>
<i>Lampiran 58 Uji Reliabilitas Bagian 7</i>	<i>134</i>
<i>Lampiran 59 Uji Reliabilitas Bagian 8</i>	<i>134</i>
<i>Lampiran 60 Tampilan Feed IG Cluster Coffee Bagian 1</i>	<i>135</i>
<i>Lampiran 61 Tampilan Feed IG Cluster Coffee Bagian 2</i>	<i>136</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan industri *Food and Beverage* (F&B), khususnya sektor kedai kopi (*coffee shop*), menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga pengelolaan aset digital secara profesional. Di era saat ini, media sosial seperti Instagram telah bertransformasi dari sekadar alat komunikasi menjadi saluran operasional bisnis yang vital. Bagi usaha seperti Cluster Coffee, akun Instagram berfungsi sebagai etalase digital utama yang menentukan citra merek (*brand image*) serta menjadi titik sentuh pertama (*touchpoint*) dalam berinteraksi dengan pelanggan.

Menyadari pentingnya aspek tersebut, Cluster Coffee menunjuk pihak ketiga, yaitu agensi GNYSYS Creative (merek dagang dari PT Rejeki Karya Media Indonesia), untuk menjalankan fungsi *Social Media Management* (SMM). Kerja sama ini bertujuan untuk mengatasi keterbatasan internal Cluster Coffee dalam mengelola pemasaran digital (*Digital Marketing*) yang sebelumnya dinilai lambat berkembang. Dalam skema ini, GNYSYS Creative bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan teknis, mulai dari perancangan konten visual, strategi publikasi, hingga pengelolaan interaksi admin dengan audiens.

Meskipun penerapan *Social Media Management* oleh GNYSYS Creative telah berjalan dan memberikan dampak visual pada akun Instagram Cluster Coffee, terdapat permasalahan mendasar terkait evaluasi kinerjanya. Hingga saat ini, belum ada tolak ukur yang terkuantifikasi secara valid mengenai keberhasilan GNYSYS

Creative dalam menerapkan social media management pada usaha Cluster Coffee. Penilaian yang ada selama ini cenderung bersifat subjektif dari sisi pemilik usaha, tanpa didukung data empiris dari sudut pandang audiens atau pelanggan.

Untuk mengukur keberhasilan GNYSYS Creative, penelitian ini tidak akan mengukur proses layanan internal, melainkan akan fokus pada persepsi dari audiens akhir yaitu pelanggan. Keberhasilan pengelolaan media sosial oleh GNYSYS Creative akan diinferensikan atau disimpulkan dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas akun Instagram Cluster Coffee sebagai output dari layanan tersebut. berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengangkat judul **“ANALISIS KEBERHASILAN GNYSYS CREATIVE DALAM MENERAPKAN SOCIAL MEDIA MANAGEMENT PADA USAHA CLUSTER COFFEE”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dikemukakan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana keberhasilan GNYSYS Creative dalam menerapkan *social media management* pada usaha Cluster Coffee menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan GNYSYS Creative dalam menerapkan *social media management* pada usaha Cluster Coffee menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis*?

C. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan terhadap kinerja GNYSYS Creative dalam mengelola akun sosial media (*social media management*) usaha Cluster Coffee yang berada di aplikasi media sosial *Instagram*. Pengukuran kinerja didasarkan pada persepsi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan pengelolaan akun (seperti visual konten, informasi, dan respon admin), dan bukan merupakan pengukuran kepuasan terhadap produk fisik atau operasional tempat usaha secara umum.
2. Ruang lingkup *Social Media Management* dalam penelitian ini dibatasi pada aspek teknis pengelolaan akun media sosial secara operasional, yang meliputi: perencanaan konten, visualisasi dan estetika *feed* Instagram, serta interaksi admin dengan audiens. Penelitian ini tidak membahas aspek manajemen strategis perusahaan, keuangan, ataupun sumber daya manusia.
3. Metode analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance-Performance Analysis* (IPA). Fokus penelitian ini dititikberatkan pada pengukuran tingkat keberhasilan GNYSYS Creative dalam mengelola akun sosial media Cluster Coffee yang ada di *Instagram*, yang dievaluasi berdasarkan indeks kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan digital tersebut.
4. Responden penelitian ini adalah pelanggan dari usaha Cluster Coffee.
5. Data penelitian nantinya akan diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Science* (SPSS) V.25.0

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui keberhasilan GNYSYS Creative dalam menerapkan *social media management* pada usaha Cluster Coffee menggunakan metode *customer satisfaction index* dan *importance performance analysis*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan GNYSYS Creative dalam menerapkan *social media management* pada usaha Cluster Coffee menggunakan metode *customer satisfaction index* dan *importance performance analysis*.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis
Dengan penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan penulis dalam menganalisis keberhasilan suatu sistem dan memberikan kontribusi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat bagi tempat penelitian
Memberi saran dan masukan untuk memaksimalkan produk jasa *social media management* yang dimiliki oleh GNYSYS Creative.
3. Manfaat bagi pembaca
Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya pada penelitian yang sama.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tinjauan dari penelitian-penelitian terdahulu dan teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tahapan-tahapan yang akan dilalui dalam penelitian ini, lokasi dan waktu penelitian, data yang digunakan dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan profil dari objek penelitian, mencakup sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi, serta deskripsi layanan dari Cluster Coffee dan GNYSYS Creative sebagai fokus penelitian.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan inti dari penelitian yang menyajikan hasil pengolahan data. Bagian hasil mencakup karakteristik responden, hasil uji validitas dan reliabilitas, hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), serta hasil pemetaan diagram *Importance-Performance Analysis* (IPA). Bagian pembahasan menganalisis dan menginterpretasi temuan tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis dan pembahasan untuk menjawab tujuan penelitian. Selain itu, bab ini

juga memuat saran-saran praktis dan akademis yang dapat ditindaklanjuti berdasarkan temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bagian ini berisikan sumber-sumber yang penulis jadikan referensi dalam penelitian ini.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Penerapan Social Media Management oleh GNYSYS Creative dinyatakan berhasil dengan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 83,80% (Sangat Puas) dengan metode CSI. Validitas angka ini terbukti secara empiris dengan keputusan Cluster Coffee untuk terus memperpanjang kontrak kerja sama hingga saat ini. membuktikan bahwa layanan GNYSYS Creative mampu memberikan nilai tambah (*value*) yang krusial bagi keberlangsungan citra merek klien.
2. Berdasarkan analisis IPA, faktor kekuatan utama adalah dimensi Assurance (Jaminan Profesionalitas) dan Kualitas Aset Konten. Sedangkan faktor kelemahan yang menjadi prioritas perbaikan utama adalah Kerapian *Feed/Grid* Instagram dan Kecepatan Respon Admin. Tingginya kepercayaan pelanggan (*Assurance*) terbukti menjadi faktor kunci yang menutupi kekurangan pada aspek teknis tersebut.

B. Saran

1. Perbaikan Visual: GNYSYS Creative wajib merevisi *Guideline Design* dengan fokus pada harmonisasi tata letak (*Grid Layout*) agar tampilan profil Instagram lebih rapi secara keseluruhan, bukan hanya fokus pada kualitas foto satuan.
2. SOP Respon Admin: GNYSYS Creative perlu menetapkan Standar Operasional Prosedur (SOP) terkait *Response Time*, yaitu mewajibkan

admin membalas pesan (*Direct Message*) maksimal 15–30 menit pada jam operasional.

3. Evaluasi Berkala: Cluster Coffee disarankan untuk mempertahankan kerja sama dengan GNYSYS Creative, namun wajib melakukan *review* kinerja bulanan khusus pada indikator kerapian *feed* dan kecepatan respon admin.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, A. P., & Iva Mindhayani. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2).
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Fallis, A. . (2013). Fungsi lain instagram selain sebagai alat berkomunikasi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Fitriani, A., Saufik, A., & Puspitasari, D. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) pada Armada Swalayan. *Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri (JRSI)*, 10(2).
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heidrick and Struggles. 2009. *The Adoption Of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*
- Hutahaean, J. (2014). *Konsep sistem informasi* (Ed. 1). Deepublish.
- Luttrell, R. (2019). *Social Media: How to Engage, Share, and Connect* (4th ed.). Rowman & Littlefield.
- Reza, Iredho Fani, Metodologi Penelitian Psikologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi, (Palembang: Noer Fikri Offset, 2016)
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Marimin, et al. (2016). Sistem Informasi Manajemen Sumber Daya Manusia. Bogor: Grasindo.
- Mayssara, H., & Supervised, A. (2019). Landasan Teori Sistem Informasi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Nugroho, F. G., Sanaji, & Prasetyo, I. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan di Atap Cafe Bandar Lampung Menggunakan Metode Servqual dan CSI. *Jurnal Sains dan Inovasi*, 3(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1).
- Prabowo, A., Sitorus, H., & Heni, R. A. (2024). Analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode customer satisfaction index (CSI) dan importance performance analysis (IPA) di BW Eatry. Prosiding Semnastek FT-UBJ, 1(1).
- Putra, M. D., Rija, S., & Syah, R. (2023). Pengaruh Konten Instagram Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 7(1).
- Ginting, Robby Julius. (2019). Analisis Kesulitan Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Materi Pecahan Biasa Kelas Iv Sd Internasional Putri Deli T.a 2018/2019. *Digital Repository Universal Quality*.
- Riadi, Edi. 2016. Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS). Yogyakarta: Andi.
- Saputro, K. E. (2022). Pengukuran Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik dengan Metode WebQual 4.0, Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Terpadu. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 9(3).
- Sarasabella, N., & Sumiati. (2021). Analisis Kualitas Layanan Berdasarkan Perilaku Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Potential Gain in Customer Value (Pgcv) Di Pt. Ustegra. *Juminten : Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 02(02).
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sudirjo, F., Sutaguna, I. N. T., Sovianti, R., Rukmana, A. Y., & Putri, P. A. I. (2023). *Social media marketing's effect on customer satisfaction*. International Journal of Economics and Management Research, 2(2).
- Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiani, H. (2021). Sistem Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Studi Kasus: Parfume Corner BDL). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(4).

- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Naikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Syah Deva, M. I., Dzikri, I. A., & Handayani, N. (2023). Analisis Kepuasan Konsumen pada Produk Minuman Boba Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: Teguk Indonesia). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(18).
- Thoifah, I. (2016). *Statistika Pendidikan dan Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Malang: Madani.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy, dan Candra, Gregorius (2016), *Pemasaran Strategik*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi.
- Ulkhaq, M. M., & Br. Barus, M. P. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2).