

BAB II

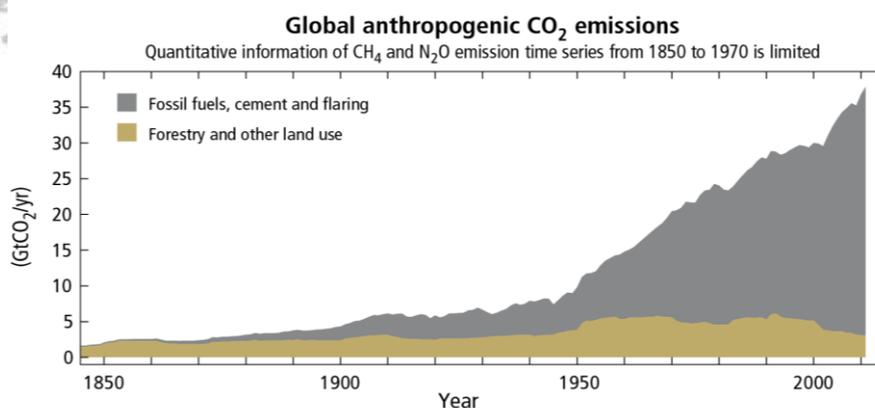
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Dasar Teori

Dasar teori merupakan landasan ilmiah dengan fungsi untuk mendukung penelitian, menyediakan pemahaman teoritis serta konsep utama yang terkait dengan topik yang akan dibahas, dengan uraian sebagai berikut:

2.1.1 Mobil Listrik dan Kebijakan Pemerintah

Seiring berkembangnya kesadaran akan dampak negatif terhadap lingkungan yang disebabkan oleh kendaraan berbasis mesin pembakaran dalam, mobil listrik kembali menarik perhatian sebagai langkah strategis untuk menekan emisi karbon dan mengurangi ketergantungan terhadap sumber energi fosil. Kegiatan manusia dan aktivitas industri yang terus bergantung pada bahan bakar fosil telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pencemaran lingkungan, ditandai dengan peningkatan emisi CO₂ sejak tahun 1750 akibat pembakaran energi fosil dan alih fungsi lahan (Ottman et al., 2006; Pachauri et al., 2015). Data tahun 2010 menunjukkan bahwa sekitar 23% emisi CO₂ global berasal dari sektor transportasi, sehingga transisi ke energi terbarukan menjadi semakin mendesak (Edenhofer et al., 2014). Berikut **Gambar 2.1** yang merupakan grafik kenaikan produksi emisi CO₂.



Gambar 2. 1 Grafik Kenaikan Produksi Emisi CO₂. (AR5 Synthesis Report: Climate Change 2014 — IPCC)

Dalam upaya mengatasi permasalahan ini, pengembangan mobil listrik sebagai alternatif kendaraan ramah lingkungan menjadi semakin relevan. Mobil listrik pertama kali diperkenalkan oleh Robert Anderson pada 1832–1839 sebagai kendaraan berbasis motor listrik dan baterai yang bertujuan untuk mengurangi

ketergantungan pada sumber energi fosil serta mendukung prinsip transportasi berkelanjutan (Fatkhurrozak, 2016).

Tren ini semakin diperkuat dengan peningkatan signifikan dalam penjualan mobil listrik selama periode 2020–2023, sebagaimana ditunjukkan dalam data oleh Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia atau Gaikindo, yang mencatat kenaikan drastis penjualan hingga 383,62% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan yang pesat ini tidak hanya mencerminkan perubahan preferensi konsumen terhadap teknologi transportasi yang lebih bersih dan efisien, tetapi juga menunjukkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kendaraan ramah lingkungan sebagai bagian dari dukungan terhadap upaya global dalam mengurangi dampak perubahan iklim (Prayitno, 2024; Harfit et al., 2024).

Adapun beberapa kebijakan pemerintah yang mendukung adanya mobil listrik seperti :

1. Peraturan Presiden No. 55/2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle*) untuk Transportasi Jalan.

Peraturan ini sebagai dasar hukum yang mendukung perkembangan kendaraan listrik dan infrastruktur stasiun pengisian daya (*Charging Station*) di Indonesia (Prayitno, 2024).

2. Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 8 Tahun 2020 Tentang Pedoman Tata Cara Perencanaan, Pengendalian, dan Evaluasi Pembangunan Daerah, Tata Cara Evaluasi Rancangan Peraturan Daerah tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, serta Tata Cara Perubahan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah, dan Rencana Kerja Pemerintah Daerah.

Peraturan ini yang mengatur penggunaan kendaraan listrik di tingkat daerah, termasuk memfasilitasi pengembangan infrastruktur dan kebijakan yang mendukung kendaraan listrik (Ardiyanti et al., 2023).

3. Peraturan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral No. 13 Tahun 2020 tentang Penyediaan Infrastruktur Pengisian Listrik untuk Kendaraan

Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle*) dalam Rangka Penyediaan Tenaga Listrik.

Peraturan ini yang mengatur terkait pengembangan infrastruktur pengisian kendaraan listrik serta insentif untuk pengembangan energi terbarukan, yang dapat mendukung pasokan listrik untuk kendaraan listrik.

4. Peraturan Menteri Perhubungan No. 65 Tahun 2020 tentang Konversi Kendaraan Bermotor dengan Penggerak Motor Bakar menjadi Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai.

Peraturan ini yang mengatur terkait pelayanan angkutan umum yang menggunakan kendaraan listrik, serta syarat dan ketentuan untuk penggunaan kendaraan listrik dalam transportasi publik.

5. Peraturan Gubernur Jakarta No. 3 Tahun 2020 tentang Insentif Pajak Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) untuk Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB).

Kebijakan di tingkat provinsi yang mendukung penggunaan kendaraan listrik dan pengembangan infrastruktur terkait.

Berbagai kebijakan tersebut disusun dengan tujuan untuk mempercepat transisi menuju kendaraan listrik, mengurangi emisi karbon, serta mengurangi ketergantungan terhadap bahan bakar bensin atau fosil. Langkah ini sejalan dengan target Indonesia dalam menurunkan emisi CO₂ sebesar 29% hingga 41% pada tahun 2030 (Ardiyanti et al., 2023).

Seiring dengan meningkatnya permintaan, teknologi mobil listrik juga mengalami perkembangan pesat, terutama dalam hal efisiensi baterai, sistem manajemen daya, serta infrastruktur pendukung seperti stasiun pengisian daya cepat. Inovasi pada sistem baterai, seperti teknologi *lithium-ion* yang lebih tahan lama dan memiliki kepadatan energi tinggi. Hal tersebut memungkinkan kendaraan listrik menempuh jarak yang lebih panjang dengan durasi pengisian daya yang lebih singkat. Selain itu, fitur regenerasi energi juga meningkatkan efisiensi kendaraan listrik, menjadikannya semakin menarik bagi pengguna di berbagai segmen (El Amrani et al., 2022).

2.1.2 Adopsi Segmentasi Kelas

Adopsi mobil listrik pada tahap awal lebih banyak dilakukan oleh individu dengan kondisi finansial tinggi yang umumnya telah memiliki lebih dari satu kendaraan. Secara umum, pengguna mobil listrik dapat dikategorikan dalam dua segmen utama, yaitu segmen *High-End* atau premium dan segmen *Low-End* atau ekonomis, yang dikelompokkan berdasarkan faktor sosial dan ekonomi yang memengaruhi perilaku serta tingkat kepuasan pengguna (Hardman et al., 2016). Segmentasi ini sejalan dengan konsep pengelompokan konsumen yang dikemukakan oleh Dibbs dan Stern (1955), di mana konsumen diklasifikasikan berdasarkan karakteristik tertentu (Agustina et al., 206 C.E.)

Perubahan signifikan dalam segmentasi ini terjadi pada tahun 2012 dengan hadirnya Tesla Model S, yang mengubah persepsi kendaraan listrik dari yang sebelumnya dianggap sebagai kendaraan ekonomis menjadi kendaraan kelas atas dengan fitur premium. Dengan harga berkisar antara \$70.000 hingga \$105.000 dan jangkauan 270 mil, Tesla Model S menetapkan standar baru bagi *Battery Electric Vehicle* (BEV) premium, sementara kendaraan listrik ekonomis tetap berada pada kisaran harga \$30.000 – \$40.000 (Hardman et al., 2016). Menurut Van Der Rhee B (2013), inovasi di sektor otomotif, termasuk perkembangan teknologi *hybrid* (Hardman et al., 2015) mengikuti pola ini dengan semakin jelasnya pemisahan antara mobil listrik kelas atas dan kelas bawah. Seiring dengan kemajuan teknologi, segmentasi ini semakin berkembang dengan hadirnya berbagai pilihan kendaraan listrik yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan serta daya beli masyarakat.

2.1.3 Kepuasan

Preferensi dan tingkat kepuasan pengguna mobil listrik sangat dipengaruhi oleh segmentasi pasar, di mana setiap segmen memiliki ekspektasi dan kebutuhan yang berbeda. Pengguna di segmen *High-End* atau premium cenderung lebih mengutamakan teknologi canggih, fitur premium, serta performa kendaraan. Adapun konsumen pada segmen *Low-End* atau ekonomis cenderung memprioritaskan efisiensi biaya serta potensi manfaat ekonomi jangka panjang dari penggunaan mobil listrik (Hardman et al., 2016). Selain itu, pengalaman pengguna sebelumnya dalam menggunakan mobil listrik juga berperan penting dalam

membentuk ekspektasi dan kepuasan mereka terhadap kendaraan ini (Widjaja & Nugraha, 2016).

Kepuasan konsumen sendiri merupakan faktor kunci dalam keberhasilan suatu produk di pasar, termasuk dalam industri otomotif. Pelaku usaha perlu menyediakan produk berkualitas serta memahami perilaku konsumen agar dapat meningkatkan daya saing (Tampubolon & Mon, 2016; Subianto, 2007). Faktor seperti biaya perpindahan, kesamaan mutu dengan kendaraan berbasis bahan bakar fosil, serta pengalaman penggunaan sebelumnya menjadi aspek yang memengaruhi kepuasan konsumen (Widjaja & Nugraha, 2016). Dalam konteks mobil listrik, kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh layanan distributor dan purna jual, termasuk kemudahan dalam mendapatkan suku cadang, kecepatan layanan, serta kompetensi teknis dalam menangani perawatan dan perbaikan mobil listrik (Parasuraman et al., 1994; Wilson et al., 2021).

2.1.4 IBM SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*)

IBM SPSS atau *Statistical Package for the Social Sciences* merupakan perangkat lunak statistik yang dikembangkan pada tahun 1968 oleh Norman Nie dan selanjutnya diakuisisi oleh IBM. Perangkat lunak ini berfungsi untuk membantu proses pengolahan, perhitungan, serta analisis data secara statistik (Sujarweni & Utami, 2019). SPSS banyak digunakan pada penelitian kuantitatif karena kemampuannya dalam mengolah data secara efektif serta menyediakan beragam teknik analisis statistik, antara lain analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji *Chi-square*, regresi, hingga analisis faktor (Ghozali, 2018).

2.1.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tahapan yang bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen atau alat ukur yang digunakan benar-benar mampu mengukur konsep yang dimaksud. Validitas mencerminkan sejauh mana hasil pengukuran merepresentasikan variabel yang diteliti, sehingga data yang dihasilkan dapat dianggap akurat dan dapat dipercaya (Hastjarjo, 2011). Pengujian validitas dengan menggunakan teknik korelasi Pearson dilakukan dengan merujuk pada nilai *r*-Tabel *product moment* (Lihat Lampiran 3), yang ditentukan berdasarkan jumlah sampel (*n*) dan tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2008).

Dalam penelitian ini, penyusun menggunakan nilai r-Tabel sebesar 0,220, yang diperoleh berdasarkan jumlah responden sebanyak 80 orang dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Selanjutnya, nilai tersebut dibandingkan dengan r-Hitung dari masing-masing pernyataan, di mana suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r-Hitung lebih besar dari r-Tabel. Nilai korelasi Pearson juga dapat dihitung dengan persamaan berikut (Nugroho, 2005) :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad 2.1$$

Keterangan :

- r_{xy} : korelasi antara x dan y
 n : jumlah sampel
 x_i : nilai x ke i
 y_i : nilai y ke i

2.1.6 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan tahapan yang dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang menyatakan suatu alat ukur penelitian atau kuesioner penelitian bisa dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* tersebut lebih besar dari 0,7 dengan arti bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dalam mengukur variabel penelitian (Siregar, 2020).

Reliabilitas sendiri mengacu pada sejauh mana suatu alat ukur penelitian yang digunakan menghasilkan data yang konsisten dan dapat dipercaya dalam berbagai kondisi dan akan memberikan hasil yang stabil meski digunakan berulang kali dalam situasi serupa jika masuk ke dalam kategori reliabel (Sugiyono, 2017). Untuk mengukur reliabilitas suatu alat ukur penelitian, dapat menggunakan dengan persamaan berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right) \quad 2.2$$

Keterangan :

- α : Koefisien *Cronbach Alpha*
 k : jumlah butir pertanyaan
 $\sum \sigma_i^2$: jumlah varian skor tiap pertanyaan

σ_i^2 : varian total keseluruhan

Dengan Nilai *Cronbach Alpha* yang umum digunakan sebagai batas reliabilitas seperti berikut (Tavakol & Dennick, 2011) :

- a) $\geq 0,9$: Sangat reliabel
- b) $0,8 - 0,9$: Reliabel tinggi
- c) $0,7 - 0,8$: Reliabel
- d) $0,6 - 0,7$: Cukup reliabel
- e) $< 0,6$: Tidak reliabel

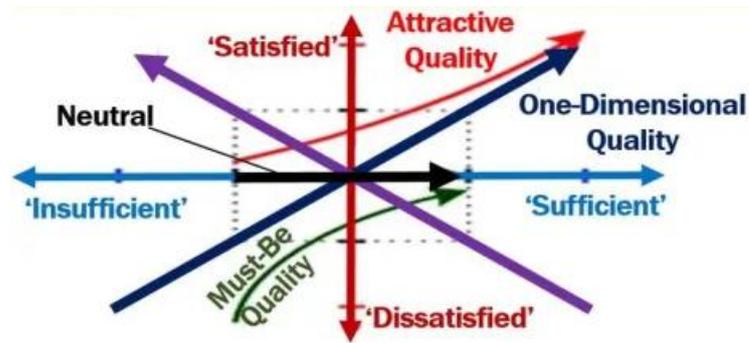
2.1.7 Analisis Model KANO

Dalam menganalisis kepuasan pengguna, Model KANO dapat digunakan untuk mengklasifikasikan fitur kendaraan listrik berdasarkan tingkat kepuasan yang diberikannya (Kano et al., 1984). Terdapat tiga kategori utama yang mampu digunakan untuk mengelompokkan kepuasan pengguna yaitu;

1. *Must-be* yang bisa disebut sebagai *basic needs* (Kebutuhan Dasar) merupakan kategori wajib yang jika tidak atribut tidak terpenuhi maka pengguna akan merasa tidak puas, namun kehadirannya tidak secara signifikan meningkatkan kepuasan karena dianggap sebagai hal yang sudah sewajarnya ada.
2. *One-dimensional* yang bisa disebut sebagai *performance needs* (kebutuhan yang diharapkan) dengan arti kepuasan pengguna akan meningkat seiring dengan peningkatan kinerja atribut, sehingga jika kinerja atribut tinggi akan mengakibatkan pula tingginya kepuasan pengguna.
3. *Attractive* yang bisa disebut sebagai *excitement needs* (kebutuhan menarik) dengan arti tingkat kepuasan pengguna akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Akan tetapi, penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan.

Selain itu, ada kategori tambahan seperti *Indifferent* (Netral) kehadiran atau ketiadaan kategori ini tidak memengaruhi kepuasan konsumen, lalu *Reverse* (Kebalikan) konsumen merasa tidak puas jika kategori ini ada, namun puas jika kategori ini tidak ada dan *Questionable* (Diragukan) kategori respons konsumen tidak jelas mengenai apakah kategori ini diharapkan atau tidak. Model ini juga menggunakan rasio perbaikan dan tingkat kepentingan konsumen untuk menyesuaikan strategi peningkatan layanan berdasarkan faktor yang paling

memengaruhi kepuasan (Wijaya, 2018). Berikut **Gambar 2.2** yang merupakan diagram kategori dalam Model KANO.



Gambar 2. 2 Diagram Kategori Model KANO (Google Images)

Setelah tahap uji validasi dan uji reliabilitas, untuk melakukan klasifikasi atribut kuesioner penelitian menggunakan analisis Model KANO, dapat dilakukan dengan tabel evaluasi pada **Tabel 2.1** sebagai berikut ini (Algifari, 2019) :

Tabel 2. 1 Tabel Atribut Kuesioner Penelitian

Kebutuhan Konsumen		Pertanyaan <i>Disfungsional</i> atau Negatif				
		1	2	3	4	5
		Sangat Puas	Puas	Netral	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
Pertanyaan <i>Fungsional</i> atau Positif	1 Sangat Puas	Q	A	A	A	O
	2 Puas	R	I	I	I	M
	3 Netral	R	I	I	I	M
	4 Tidak Puas	R	I	I	I	M
	5 Sangat Tidak Puas	R	R	R	R	Q

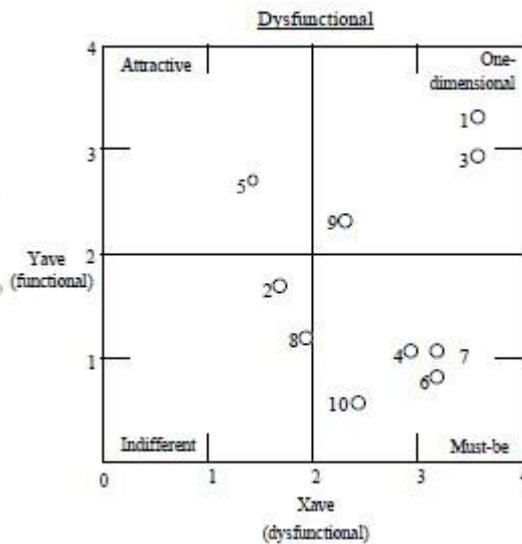
Sumber : Berger, 1993

Keterangan :

- A = *Attractive* atau menarik.
- M = *Must-be* atau dasar.
- O = *One Dimensional* atau diharapkan.
- I = *Indifferent* atau Netral.
- R = *Reverse* atau kebalikan.

Q = *Questionable* atau keraguan.

Hasil dari tabel evaluasi kategori Kano tersebut dimasukkan ke dalam tabel penyusunan hasil survei yang kemudian dipetakan dalam diagram *Kartesian Model Kano* menjadi empat bagian (Berger et al., 1993) seperti pada **Gambar 2.3** merupakan ilustrasi gambar diagram *Kartesian Kano*.



Gambar 2. 3 Ilustrasi Diagram Kartesian Kano (Berger et al, 1993)

Untuk menentukannya, digunakan Persamaan *Baluth* (Berger et al., 1993) dengan ketentuan jika total nilai dari kategori *One Dimensional* (O), *Attractive* (A), dan *Must Be* (M) lebih besar daripada total nilai dari kategori *Indifferent* (I), *Reverse* (R), dan *Questionable* (Q), maka nilai yang diperoleh adalah nilai tertinggi dari kategori *One Dimensional* (O), *Attractive* (A), atau *Must Be* (M). Sebaliknya, jika total nilai dari kategori *One Dimensional* (O), *Attractive* (A), dan *Must Be* (M) lebih kecil, maka nilai yang diperoleh adalah nilai tertinggi dari kategori *Indifferent* (I), *Reverse* (R), atau *Questionable* (Q). Lalu menghitung koefisien tingkat kepuasan pengguna yang berkisar antara 0 sampai dengan 1, dengan persamaan *Extent of Satisfaction* (ES) sebagai berikut :

$$\frac{A+O}{A+O+M+I} \quad 2.3$$

Namun, jika nilai mendekati angka -1, maka pengaruh tingkat kecewa pengguna semakin kuat yang dapat dihitung dengan persamaan *Extent of Dissatisfaction* (ED) sebagai berikut :

$$\frac{O+M}{(A+O+M+I) x-1}$$

2.4

Langkah selanjutnya dalam analisis adalah memetakan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan menggunakan Diagram Kartesius berdasarkan Model Kano. Pada diagram ini, nilai *Satisfaction* ditempatkan pada sumbu vertikal (Y), sedangkan nilai *Dissatisfaction* berada pada sumbu horizontal (X). Perlu dicatat bahwa tanda negatif (-) yang terdapat pada nilai *Dissatisfaction* tidak diperhitungkan dalam pemetaan.

2.1.8 Uji *Chi-square*

Uji *Chi-square* merupakan salah satu jenis uji statistik non-parametrik yang berfungsi untuk menguji hipotesis komparatif tidak berpasangan dengan melihat adanya hubungan atau perbedaan antara dua variabel kategori menggunakan skala pengukuran nominal maupun ordinal (Hulu & Kurniawan, 2021). Nilai *Chi-square* dapat diperoleh melalui perhitungan menggunakan persamaan yang dijelaskan oleh Steel dan Torie (1980) dalam *Principles and Procedures of Statistics: A Biometrical Approach*, di mana O_{ij} menyatakan frekuensi pengamatan pada sel yang terletak di baris i dan kolom j , sedangkan E_{ij} menunjukkan frekuensi yang diharapkan pada sel yang sama berdasarkan asumsi distribusi tertentu (Sungkawa, 2013). Adapun persamaan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

$$x^2 = \sum_{i=1}^b \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij}-E_{ij})^2}{E_{ij}} \quad 2.5$$

Keterangan :

- X^2 : Nilai *Chi-square*
- O_{ij} : nilai pengamatan
- E_{ij} : nilai harapan
- b_i : jumlah baris i
- K_j : jumlah kolom j

Pengujian *Chi-square* ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel kategori. Pertama, merumuskan hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada hubungan antar variabel, dan hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan adanya hubungan signifikan pada variabel yang diuji.

Selanjutnya, nilai statistik *Chi-square* (X^2) dihitung berdasarkan selisih antara frekuensi pengamatan dan frekuensi harapan, kemudian membandingkan nilai *p-value* dengan taraf signifikansi (α), yang umumnya ditetapkan sebesar 0,05 (Lihat Lampiran 3). Jika *p-value* $\geq 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat hubungan antar variabel, sedangkan jika *p-value* $< 0,05$ maka H_0 ditolak dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan. Tahap akhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil perbandingan tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh peneliti lain yang membahas topik serupa atau terkait dengan penelitian yang sedang disusun dilakukan, seperti berikut ini:

1. *Comparing High-End and Low-End Early Adopters Of Battery Electric Vehicles.*

Penelitian yang dilakukan oleh Hardman et al. (2016) membahas perbedaan antara pengadopsi awal kendaraan listrik bertenaga baterai (BEV) kelas atas dan kelas bawah dengan menggunakan tiga teknik statistik untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui kuesioner pengguna mobil listrik, data sosial ekonomi, karakteristik pengguna, serta wawancara mengenai opini terhadap atribut kendaraan listrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna BEV kelas atas memiliki niat lebih tinggi untuk melanjutkan kepemilikan dibandingkan dengan kelas bawah, yang cenderung mengalami kendala seperti waktu pengisian dan jangkauan kendaraan.

2. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Melalui Segmentasi Pasar Dan *Product Positioning* Pada Mobil Merek *Grand Max*, *Zebra* Dan *Esspa* Pada Pt. Astra *International Tbk-Daihatsu* Cabang Pekanbaru.

Penelitian oleh Zulfikar (2010) di PT Astra International Tbk - Daihatsu Cabang Pekanbaru menganalisis dampak segmentasi pasar dan *product positioning* terhadap kepuasan konsumen. Studi ini menggunakan data primer dari wawancara dan kuesioner dengan 90 responden serta dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Validitas, reliabilitas, dan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur efektivitas variabel independen.

3. Analisis Kualitas Layanan dengan Pendekatan Metode KANO
Penelitian yang dilakukan oleh Refrian dan Fuad (2018), mengevaluasi kualitas layanan bengkel mobil CV.X dengan menerapkan metode Model Kano untuk mengidentifikasi atribut suatu layanan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa pelanggan secara umum berada pada tingkat cukup puas, dengan nilai rata-rata koefisien kepuasan sebesar 0,58. Meski demikian, terdapat sejumlah atribut yang masih memerlukan perbaikan, terutama pada aspek keterampilan montir, yang tergolong dalam kategori *Must-be* dan memiliki nilai ketidakpuasan sebesar 0,3. Di samping itu, atribut lain seperti layanan yang bersifat personal serta responsivitas pelayanan juga menjadi perhatian dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.
4. Analisis Fitur Kebutuhan Konsumen Dengan Metode KANO.
Penelitian yang dilakukan oleh Intan et al. (2024) menganalisis kebutuhan dan atribut layanan yang diharapkan konsumen pada aplikasi web D'Cetak menggunakan metode model Kano. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 18 atribut yang diuji, 10 termasuk kategori *Attractive* seperti notifikasi, rekomendasi produk, dan fitur interaktif, sedangkan 8 lainnya termasuk *One-Dimensional*, seperti pencarian produk dan informasi transaksi. Temuan ini digunakan untuk mendukung pengembangan layanan sesuai dengan kebutuhan dan peningkatan kepuasan pengguna.
5. Analisis Kinerja Fasilitas Pelayanan Di Stasiun Cicayur Terhadap Kepuasan Pengguna.
Penelitian oleh Ziqri Ramadan (2024) menganalisis kinerja fasilitas pelayanan di Stasiun Cicayur dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna dengan metode model KANO, kemudian menitikberatkan pada kelengkapan fasilitas seperti loket tiket, ruang tunggu, dan tempat parkir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek fasilitas yang masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal luas ruang tunggu dan kualitas layanan di loket tiket, yang berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan pengguna. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna sangat dipengaruhi oleh keberadaan dan kualitas fasilitas yang tersedia di stasiun.