



Manajemen Kepuasan Pelanggan

Leni Susanti, S.Kom, M.Kom. | Drs. Afrizal Zein, M.Kom.





Manajemen Kepuasan Pelanggan



Leni Susanti, S.Kom, M.Kom. Lahir di Pati Jawa Tengah pada tanggal 31 Mei 1991 merupakan dosen tetap di Universitas Pamulang. Telah menamatkan S1 di Universitas Pamulang dan Lulus S2 di STMIK ERESHA pada tahun 2019. Mempunyai pengalaman di bidang industri dimana pernah menjabat sebagai Supervisor Admin di PT Pendekar Bodoh dari tahun 2009-2016 dan menjadi seorang manager di D'Cost Seafood Restoran pada 2016-2019. Bidang keilmuan yang diminati adalah pengolahan data dan angka.



Drs. Afrizal Zein M.Kom Lahir di Jakarta 13 Juli 1965 merupakan dosen tetap di Universitas Pamulang. Telah menamatkan S1 di Universitas Padjadjaran dan Lulus S2 di STMIK ERESHA pada tahun 2014 dengan predikat Cumlaude. Berpengalaman sebagai programmer diberbagai project dan membangun Aplikasi Komputer selama 25 tahun bekerja di Konsultan Komputer. Memiliki sertifikasi dalam bidang Pemrograman dan Sistem Analis.



Anggota IKAPI
No. 225/JTE/2021

0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
Jl. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362



EC00202407124



MANAJEMEN KEPUASAN PELANGGAN

Leni Susanti, S.Kom, M.Kom.

Drs. Afrizal Zein, M.Kom.



eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

MANAJEMEN KEPUASAN PELANGGAN

Penulis : Leni Susanti, S.Kom, M.Kom.
Drs. Afrizal Zein, M.Kom.

Editor : Dwi Winarni, S.E., M.Sc., Ak.

Desain Sampul: Ardyan Arya Hayuwaskita

Tata Letak : Salsabela Meiliana Wati

ISBN : 978-623-120-093-8

No. HKI : EC00202407124

Diterbitkan oleh: **EUREKA MEDIA AKSARA, JANUARI 2024**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi :
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel: eurekamediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2024

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh
isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun,
termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman
lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul "Manajemen Kepuasan Pelanggan". Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Buku ini mencoba membahas tingkat kepuasan konsumen pada restoran dengan menggunakan *Fuzzy Inference System* dengan membandingkan hasil dari penggunaan metode *Tsukamoto* dan *Sugeno*. Ada lima poin yang akan digunakan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas harga dan kualitas suasana sebagai input, sedangkan untuk outputnya yaitu pelayanan kepuasan pelanggan.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 KEPUASAN PELANGGAN.....	7
A. Kepuasan Pelanggan.....	7
B. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	11
C. Ciri-Ciri Konsumen yang Puas.....	13
D. Elemen Kepuasan Konsumen.....	14
E. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	15
F. Kepuasan Konsumen Keseluruhan (<i>Overall Customer Satisfaction</i>).....	16
G. Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	17
BAB 3 LOYALITAS PELANGGAN.....	20
A. Loyalitas Pelanggan.....	21
B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	23
C. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan.....	26
BAB 4 METODA FUZZY.....	29
A. Pengertian.....	29
B. Himpunan <i>Crisp</i> (tegas) dan Himpunan <i>Fuzzy</i>	31
C. Probabilitas Vs Fuzzy.....	36
D. Evaluasi Keperawatan.....	36
E. Metode Fuzzy Sugeno.....	39
F. Metode Fuzzy Sugamoto.....	44
G. Metode Fuzzy Sukamoto.....	45
H. Perbandingan Fuzzy Sugeno dan Fuzzy Sukamoto.....	49
BAB 5 MATLAB.....	52
A. Apa Itu Matlab.....	52
B. Memulai Matlab.....	53
C. Variable dan Operasi Dasar Matlab.....	59
BAB 6 PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN.....	61
A. Teori kepuasan pelanggan.....	61
B. Pentingnya kepuasan pelanggan dalam B2B.....	64
C. Proses Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	66

DAFTAR PUSTAKA	73
TENTANG PENULIS	77



MANAJEMEN KEPUASAN PELANGGAN

**Penulis :
Leni Susanti, S.Kom, M.Kom.**



BAB

1

PENDAHULUAN

Analisa kepuasan pelanggan merujuk pada proses pengumpulan dan evaluasi data untuk memahami sejauh mana pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan atau organisasi. Pentingnya analisa kepuasan pelanggan tidak dapat diabaikan, karena dapat memberikan wawasan yang berharga dalam mendapatkan umpan balik, mengidentifikasi area kekurangan, dan meningkatkan kualitas produk atau layanan.

Dalam proses analisa kepuasan pelanggan, berbagai metode dan alat dapat digunakan, mulai dari survei pelanggan, wawancara, observasi langsung, hingga analisis data yang terkait dengan pelanggan seperti komentar, ulasan, atau tingkat penggunaan produk atau layanan. Analisa ini membantu perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kebutuhan, harapan, dan preferensi pelanggan, serta menilai sejauh mana produk atau layanan yang mereka tawarkan dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dalam melakukan analisa kepuasan pelanggan, beberapa faktor yang perlu diperhatikan antara lain:

1. Metode pengumpulan data yang efektif dan dapat diandalkan.
2. Desain survei atau alat analisis yang direncanakan dengan baik untuk mengunjungi area yang penting bagi pelanggan.
3. Interpretasi data yang objektif dan akurat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk atau layanan.

BAB

2

KEPUASAN PELANGGAN

A. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu alat utama untuk bisnis yang sukses. Kepuasan pelanggan adalah didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan berdasarkan total pengalaman pembelian dan konsumsi dengan barang atau dengan barang atau jasa dari waktu ke waktu (Fornell, Johnson, Anderson, Cha & Bryant 1996). Dengan pemasaran, kepuasan pelanggan juga ikut menyertainya yang berarti memastikan harapan pelanggan tentang bagaimana barang dan jasa yang difasilitasi oleh perusahaan. Informasi yang dapat ditindaklanjuti tentang bagaimana membuat pelanggan lebih pelanggan menjadi lebih puas merupakan hasil yang sangat penting (Oliver 1999).

Secara sekilas, kepuasan pelanggan merupakan komponen penting dari strategi bisnis serta retensi pelanggan dan pembelian ulang produk. Untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menjual ide dan metode setelah selesai dengan semua dokumen yang diperlukan. Sebagai contoh, pelanggan akan membeli mobil setelah melihat melihat lebih dekat seperti bagaimana mesinnya, apa modelnya, berapa kilometer jarak tempuhnya, dan apakah ada keretakan atau tidak. Dengan demikian, mereka tidak merasa kecewa setelah membelinya. Sebaliknya, jika perusahaan perusahaan hanya menggunakan metode jual dan bangun, pelanggan mungkin berharap bahwa mobil itu persis sama dengan apa yang mereka

BAB 3 | LOYALITAS PELANGGAN

Kesuksesan setiap organisasi bisnis bergantung pada kepuasan pelanggan. Setiap kali bisnis dimulai bisnis akan dimulai, pelanggan selalu menjadi yang pertama dan kemudian keuntungan. Perusahaan-perusahaan yang berhasil memuaskan pelanggan sepenuhnya akan tetap berada di posisi teratas di pasar. Perusahaan bisnis saat ini telah mengetahui bahwa kepuasan pelanggan adalah komponen kunci untuk keberhasilan bisnis dan pada saat yang sama memainkan peran penting untuk memperluas nilai pasar. Secara umum, pelanggan adalah orang-orang yang membeli barang dan jasa dari pasar atau bisnis yang memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pelanggan membeli produk untuk memenuhi harapan mereka dalam hal uang. Oleh karena itu, perusahaan harus menentukan harga mereka dengan kualitas produk yang menarik pelanggan dan mempertahankan afiliasi jangka panjang.

Organisasi harus memastikan bahwa mereka memberikan layanan penuh, setara dengan nilai moneterinya. Hal ini akan meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan hubungan jangka panjang antara pelanggan dan organisasi. Dan pelanggan yang sudah ada akan membantu menarik pelanggan baru dengan memberikan atau berbagi informasi tentang produk dan layanan perusahaan. Kepuasan berarti merasa puas setelah apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh orang tersebut. Sulit untuk mengetahui apakah pelanggan puas dengan ketersediaan produk atau layanan. Jadi, memberikan kepuasan kepada pelanggan

BAB

4

METODA FUZZY

A. Pengertian



Fuzzy adalah cabang dari logika yang menerapkan derajat keanggotaan dalam suatu himpunan sehingga keanggotaan **tidak** hanya bersifat **true/false**. Fuzzy secara bahasa artinya kabur, tidak jelas, tidak pasti, grey area. Secara istilah, merupakan bentuk representasi pengetahuan yang cocok untuk kondisi yang bersifat humanis yang tidak dapat diselesaikan secara eksak, akan tetapi disesuaikan dengan konteksnya

Logika fuzzy dikembangkan oleh Lotfi Asker Zadeh melalui tulisannya pada tahun 1965 tentang teori himpunan fuzzy. Zadeh adalah seorang ilmuwan Amerika Serikat berkebangsaan Iran dari Universitas California di Barkeley. Meskipun logika fuzzy dikembangkan di Amerika, namun ia lebih populer dan banyak diaplikasikan secara luas oleh praktisi Jepang dengan mengadaptasikannya ke bidang kendali (control).

BAB

5

MATLAB

A. Apa Itu Matlab

MATLAB adalah singkatan dari "MATrix LABoratory." Ini adalah sebuah lingkungan komputasi numerik yang kuat dan populer yang digunakan di berbagai bidang, termasuk matematika, teknik, ilmu komputer, ilmu fisika, ekonomi, dan banyak lagi. MATLAB dikembangkan oleh MathWorks dan menyediakan berbagai fasilitas untuk analisis data, pengembangan algoritma, dan visualisasi.

Berikut adalah beberapa karakteristik utama MATLAB:

1. Manipulasi Matriks: MATLAB dirancang khusus untuk mempermudah manipulasi matriks dan vektor. Operasi matriks dapat dilakukan dengan sintaks yang nyaman, memudahkan pengguna untuk melakukan perhitungan numerik.
2. Bahasa Pemrograman Tingkat Tinggi: MATLAB menggunakan bahasa pemrograman tingkat tinggi yang mudah dipahami. Ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan ide dan algoritma mereka dengan cara yang lebih intuitif.
3. Visualisasi Data: MATLAB memiliki berbagai fungsi untuk membuat grafik dan visualisasi data. Ini membantu pengguna untuk memahami dan menyajikan hasil analisis dengan jelas.

BAB

6

PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN

A. Teori kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan menunjukkan tingkat pemenuhan yang diperoleh pelanggan dari suatu produk, atau layanan berdasarkan apakah kebutuhan mereka terpenuhi. Dunia bisnis modern dengan tuntutan pasar yang cepat berubah dan persaingan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif agar dapat mengungguli para pesaing. Hubungan pelanggan yang kuat dan berkelanjutan adalah salah satu jawaban kuncinya.

Perusahaan dituntut untuk terhubung dengan pelanggan dengan memberikan informasi dan melibatkan mereka ke dalam bisnis mereka (Kotler 2016, 379). Pelanggan membeli produk atau jasa dari perusahaan yang menawarkan nilai yang dirasakan pelanggan paling tinggi (Armstrong 2012, 18).

Namun demikian, tidak ada definisi kepuasan pelanggan yang dapat diterima secara universal (McCollough 2000, 423). Ada banyak teori yang bersaing berdasarkan berbagai standar yang digunakan untuk menjelaskan kepuasan pelanggan, seperti Paradigma Harapan-Ketidakpastian (Expectancy-Disconfirmation Paradigm (EDP), Teori Nilai-Penerimaan, Teori Atribusi, Teori Ekuitas, Teori Tingkat Perbandingan, Teori Kesesuaian Evaluasi (Evaluation Congruity Theory), model Kesesuaian Orang-Situasi-Sesuai, model Kepentingan-Kinerja, Disonansi, dan Teori Kontras. Dari semua teori yang disebutkan, dua teori yang diterima secara luas yang paling baik

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, S. (2016). Analisis Komparasi Metode Tsukamoto Dan Sugeno Dalam Prediksi Jumlah Siswa Baru. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, ISSN:2087-0868, Volume 7 Nomor 1 Maret 2016 , 57-63.
- Abza, A. T. (2018). Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelayanan Konsumen Industri Televisi Berlangganan Dengan Logika Fuzzy Metode Tsukamoto. *Jurnal Intra-Tech Volume 2, No.1 April 2018* ISSN. 2549-0222 , 16-30.
- Agustin, V. R., & Irawan, W. H. (2015). Aplikasi Pengambilan Keputusan Dengan Metode Tsukamoto Pada Penentuan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Toko Kencana Kediri). *Jurnal Matematika Volume 4 No.1 November 2015* , 11-15.
- Ayuningtias, L. P., Irfan, M., & Jumadi. (2017). Analisa Perbandingan Logic Fuzzy Metode Tsukamoto, Sugeno, Dan Mamdani (Studi Kasus : Prediksi Jumlah Pendaftar Mahasiswa Baru Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung). *Jurnal Teknik Informatika, April 2017* ISSN 1979-9160 , 9-16.
- Bandyopadhyay, S., Mistri, H., Chattopadhyay, P., & Maji, B. (2013). Antenna Array Side Lobe reduction by Implementing Non-Uniform Amplitude Using Tsukamoto Fuzzy Logic Controller. *International Journal of Electronics & Communication Technology (IJECT)-vol IV issue spl I* , 58-61.
- Batubara, S. (2017). Analisis Perbandingan Metode Fuzzy Mamdani Dan Fuzzy Sugeno Untuk Penentuan Kualitas Cor Beton Instan. *IT Journal Research and Development e-ISSN: 2528-4053 Vol.2, No.1, Agustus 2017* , 1-11.
- Garcia, M. M., & Annabi, H. (2002). Customer Knowledge Management. *Journal of the Operational Research Society* 53 , 875-884.

- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan menggunakan SPSS, Cetakan Ke IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Heizer, J., & Barry, R. (2018). *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy. Jakarta: Salemba Empat.
- Hidayanti, W. A., Honggowibowo, A. S., & Suhayati, M. (2018). Analisis Perbandingan Metode Fuzzy Inferensi Sistem Tsukamoto Dan Mamdani Dalam Penentuan Estimasi Jumlah Produksi Gula. *Volume 2, Nomor 1, Mei 2013* , 151-162.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2018). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kusumadewi, S., & Hartati, S. (2006). *NNeuro Fuzzy: Integrasi Sistem Fuzzy & Jaringan Syaraf*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kusumadewi, S., & Purnomo, H. (2010). *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Sistem Pendukung Keputusan Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mandasari, Tama, & Sriwijaya. (2011). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining : Studi Kasus XYZ. *Jurnal Generik* , 4-7.
- Perbankan, P. P., Pelayanan, M., Bank, P. T., Indonesia, N., Tbk, P., & Jakarta, U. (2014). *Peran Produk Perbankan, Mutu Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bagi Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di KCU Utama Jakarta*. Jakarta: Peran Produk Perbankan, Mutu Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bagi Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di KCU Utama Jakarta.
- Priyanto, D. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Ramaz, Mandiri, & Jaka. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. D'Ramaz Putra Mandiri Di Jakarta*. Jakarta: Media Manajemen Jasa.
- Riduwan. (2009). *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi Komunikasi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sari, R. (2017). Komparasi Algoritma Support Vector Machine, Naïve Bayes Dan C4.5 Untuk Klasifikasi SMS. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology) Vol.2 No.2, ISSN: 2527-449X E-ISSN:2549-7421* , 7-13.
- Setiadji. (2009). *Himpunan & Logika Samar serta Aplikasinya*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sri, K., & Hari, P. (2013). *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Pendukung Keputusan Edisi 2*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, E., Aronson, J. E., & Liang, T.-P. (2005). *Decision Support Systems and Intelligent Systems Edisi 7 Jilid 2*. Yogyakarta: Andi.
- Ula, M. (2014). Implementasi Logika Fuzzy Dalam Optimasi Jumlah Pengadaan Barang Menggunakan Metode Tsukamoto (Studi Kasus : Toko Kain My Text). *Jurnal ECOTIPE, Volume 1, No.2 ISSN 2355-5068* , 36-46.
- Van, L. L., & Lisnawita. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Purnajual CV. Family Menggunakan Metode Fuzzy - Logic. *Jurnal Inovtek Polbeng - Seri Informatika, Vol. 2, No. 1* , ISSN : 2527-9866 , 64-67.
- Wahid, A. A., Ikhwana, A., & Partono. (2012). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jumlah Pemesanan Barang. *Jurnal Algoritma Sekolah Tinggi Teknologi Garut ISSN : 2302-7339 Vol. 09 No. 22* , 1-8.
- Widaningsih, S. (2017). Analisis Perbandingan Metode Fuzzy Tsukamoto, Mamdani dan Sugeno dalam Pengambilan Keputusan Penentuan Jumlah Distribusi Raskin di Bulog Sub.

Divisi Regional (Divre) Cianjur. *Jurnal Informatika dan Manajemen STMIK* ISSN : 1978-3310 Vol 11 No.1 Mei , 51-65.

Winer, R. S. (2014). A Framework for Customer Relationship Management. *California Management Review* 43 , 89-105.

Yudihartanti, Y. (2011). Analisis Komparasi Metode Fuzzy Mamdani Dan Sugeno Dalam Penjadwalan Mata Kuliah. *Progresif*, Vol. 7, No. 2, Agustus 2011 : 731-780 ISSN 0216-3284 , 731-738.

Yurida, S., Oktafianto, K., & Yulastuti, R. (2017). Analisis Perbandingan Harga Mobil Bekas Menggunakan Metode Fuzzy Inference System (Fis) Mamdani Dan Tsukamoto. *Jurnal Riset dan Aplikasi Matematika* Vol. 1, No. 1 (2017). e-ISSN 2581-0154 URL: journal.unesa.ac.id/index.php/jram , 1-52.

TENTANG PENULIS



Leni Susanti, S.Kom, M.Kom.

Lahir di Pati Jawa Tengah pada tanggal 31 Mei 1991 merupakan dosen tetap di Universitas Pamulang. Telah menamatkan S1 di Universitas Pamulang dan Lulus S2 di STMIK ERESHA pada tahun 2019. Mempunyai pengalaman di bidang industri dimana pernah menjabat sebagai Supervisor Admin di PT Pendekar Bodoh dari tahun 2009-2016 dan menjadi seorang manager di D'Cost Seafood Restoran pada 2016-2019. Bidang keilmuan yang diminati adalah pengolahan data dan angka.



Drs. Afrizal Zein M.Kom Lahir di Jakarta 13 Juli 1965 merupakan dosen tetap di Universitas Pamulang. Telah menamatkan S1 di Universitas Padjadjaran dan Lulus S2 di STMIK ERESHA pada tahun 2014 dengan predikat Cumlaude. Berpengalaman sebagai programmer diberbagai project dan membangun Aplikasi Komputer selama 25

tahun bekerja di Konsultan Komputer. Memiliki sertifikasi dalam bidang Pemograman dan Sistem Analisis.



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EG00202407124, 20 Januari 2024

Pencipta

Nama : **Leni Susanti dan Drs. Afrizal Zein, M.Kom.**

Alamat : Desa Srikaton RT 02 RW 04 Kec. Kayen Kab. Pati Jawa Tengah 59171, Kayen, Pati, Jawa Tengah, 59171

Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Leni Susanti dan Drs. Afrizal Zein, M.Kom.**

Alamat : Desa Srikaton RT 02 RW 04 Kec. Kayen Kab. Pati Jawa Tengah 59171, Kayen, Pati, Jawa Tengah, 59171

Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**

Judul Ciptaan : **Manajemen Kepuasan Pelanggan**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali : 11 Januari 2024, di Purbalingga

di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000582495

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Anggoro Dasananto
NIP. 196412081991031002

Disclaimer:

Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan permohonan.