

ABSTRAK

Peningkatan kepuasan pelanggan merupakan elemen mendasar dalam menjaga kelangsungan operasional suatu perusahaan. Banyak sektor industri baru yang bermunculan telah memengaruhi kompetisi antar perusahaan, sehingga setiap perusahaan berupaya untuk memastikan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka. UMK Veroza Cake & Bakery merupakan salah satu usaha mikro kecil di Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat yang bergerak di bidang makanan. Dalam perkembangannya, UMK Veroza Cake & Bakery mengalami peningkatan pada omset tetapi mengalami penurunan pada kualitas layanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai dasar untuk pengambilan kebijakan efektif berdasarkan dimensi 4P. Penelitian ini menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan saat ini. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan nilai CSI sebesar 78.75% yang berarti bahwa konsumen UMKM Veroza Cake & Bakery telah puas terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan hasil analisis IPA, terdapat tiga atribut pada kuadran I (prioritas utama), tujuh di kuadran II (pertahankan prestasi), dua di kuadran III (prioritas rendah), dan tiga di kuadran IV (berlebihan). Hasil ini menunjukkan bahwa masih perlu adanya peningkatan layanan untuk atribut-atribut yang memiliki tingkat kepuasan rendah namun memiliki tingkat kepentingan tinggi, yaitu pada dimensi promosi (*promotion*) agar tercapai kepuasan yang maksimal.

Kata kunci : UMK, Kepuasan Pelanggan, *Customer Satisfaction Index*, *Importance Performance Analysis*