

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN CSI PADA UD.ARSHAINDO

Muhammad Afiffuddin¹⁾, Dzakiyah Widyaningrum²⁾

^{1,2)} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

E-mail: afiffuddin08@gmail.com¹⁾, dzakiyah@umg.ac.id²⁾

ABSTRAK

UD. ARSHAINDO merupakan UMKM dibidang kuliner yang memproduksi olahan ikan bandeng (otak-otak, pepes, presto, dan asap). Di daerah Gresik tidak hanya UD. ARSHAINDO yang memproduksi olahan ikan bandeng sehingga tingkat persaingan semakin tinggi. Selain tingginya tingkat persaingan yang perlu diperhatikan UD. ARSHAINDO juga menerima cukup banyak keluhan. Target penjualan UD. ARSHAINDO juga mulai tidak terpenuhi sehingga perlu dilakukan analisis terhadap masalah tersebut. UD. ARSHAINDO telah melakukan upaya untuk permasalahan tersebut namun tidak memenuhi target penjualan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan pada UD. ARSHAINDO. Metode yang digunakan adalah *Service Quality (Servqual)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 80 responden yang dipilih dari *reseller* dan *customer*. Kuesioner ini memiliki 5 dimensi terdiri dari bukti fisik, tanggapan, keandalan, jaminan, dan empati. Hasil dari penyebaran kuesioner yang disebarkan kepada 80 responden semua atribut dinyatakan valid dan reliabel. Hasil dari pengolahan data terdapat kesenjangan atribut X16 (kesabaran karyawan dalam menerima keluhan) dengan nilai -0.200. Hasil perhitungan CSI diketahui 77.08% yang artinya pelanggan merasa "cukup puas" atas pelayanan yang diberikan. Untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan agar konsumen menjadi "puas", manajemen usaha sebaiknya fokus pada atribut dengan kesenjangan tertinggi.

Kata kunci: UMKM, Aneka Olahan Bandeng, Kualitas Layanan (*Servqual*), Indeks Kepuasan Pelanggan (CSI), GAP

ABSTRACT

UD. ARSHAINDO is an UMKM in the culinary field that produces processed milkfish (otak-otak, pepes, presto, and smoked). In Gresik, not only UD. ARSHAINDO which produces processed milkfish so that the level of competition is getting higher. In addition to the high level of competition, UD. ARSHAINDO also received quite a number of complaints. UD sales target. ARSHAINDO is also starting to not be fulfilled so it is necessary to analyze the problem. UD. ARSHAINDO has made efforts to address the problem but did not meet the sales target. The purpose of this study was to determine the factors that influence the quality of service and the level of customer satisfaction at UD. ARSHINDO. The methods used are Service Quality (Servqual) and Customer Satisfaction Index (CSI). Data was collected by distributing questionnaires to 80 respondents who were selected from resellers and customers. This questionnaire has 5 dimensions consisting of physical evidence, response, reliability, assurance, and empathy. The results of the questionnaires distributed to 80 respondents all declared valid and reliable attributes. The results of data processing there is an attribute gap X16 (employee patience in receiving complaints) with a value of -0.200. The results of the CSI calculation are known to be 77.08%, which means that customers feel "quite satisfied" with the service provided. To improve the services provided so that consumers become "satisfied", business management should focus on the attributes with the highest gaps.

Keyword: *UMKM, Various Processed Milkfish, Service Quality (Servqual), Customer Satisfaction Index (CSI), GAP*

1. PENDAHULUAN

Dunia industri UMKM saat ini mengalami kondisi yang makin berkembang diantara perubahan lingkungan usaha yang semakin maju [1], banyak masyarakat yang membuka usaha sendiri atau berwirausaha sehingga hal ini bisa berpengaruh positif kepada masyarakat terutama yang belum mempunyai pekerjaan [2]. Agar dapat bertahan dalam usahanya, pemilik perusahaan harus memperhatikan kebutuhan maupun keinginan pelanggannya, dan juga pemilik perusahaan dapat memperbaiki kualitas pelayanan agar membentuk loyalitas para pelanggan [3].

UD. ARSHAINDO merupakan salah satu UMKM dibidang kuliner berbahan baku ikan bandeng, didirikan pada tahun 2010 dengan produksi pertamanya adalah otak-otak bandeng. Sedangkan seiring berjalannya waktu UD. ARSHAINDO mengembangkan produknya seperti olahan ikan bandeng asap, presto, dan pepes untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun di zaman sekarang banyak sekali bermunculan usaha makanan untuk berlomba-lomba dengan inovasi produk, promosi dan kualitas pelayanan [4]. Untuk menghadapi persaingan UD. ARSHAINDO harus menyiasati strategi produksinya, agar usaha tersebut dapat memproduksi olahan produk yang berkualitas, oleh karena itu terdapat bagian yang harus diperhatikan yaitu bagian kepercayaan mengenai tampilan kualitas produk dan permintaan pelanggan [5]. Sehingga, perlu untuk membangun kepercayaan kepada pelanggan untuk hubungan jangka panjang [6].

Pada UD. ARSHAINDO terdapat permasalahan terkait banyaknya pesaing sejenis aneka olahan ikan bandeng yang tersebar di wilayah Gresik. Dalam masa pandemi UD. ARSHAINDO mengalami tingkat penjualan yang tidak stabil sehingga produksi akan dilakukan ketika ada pesanan yang datang. Berikut hasil produksi olahan bandeng di UD. ARSHAINDO dapat dilihat pada tabel 1.

Table 1 Data permintaan produk penjualan November 2021 - April 2022

No	Bulan	Permintaan Penjualan (kg)			
		Otak-otak	Presto	Asap	Pepes
1	Nov	470	290	105	90
2	Des	417	177	90	88
3	Jan	480	180	105	80
4	Feb	307	165	85	45
5	Mar	285	175	80	55
6	Apr	365	145	85	72

Sumber: UD.ARSHAINDO (2022)

Dilihat pada tabel 1 penjualan produk aneka olahan bandeng pada bulan November 2021 sampai April 2022, dapat disimpulkan bahwa penjualan produk mengalami data fluktuasi. Sehingga permintaan dan penjualan produk aneka olahan bandeng diperoleh data yang menunjukkan kondisi yang tidak tetap atau berubah-ubah.

UD. ARSHAINDO dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan masih mengalami beberapa permasalahan yaitu keluhan dari pelanggan. Berdasarkan hasil perolehan melalui kotak saran yang ditempatkan di perusahaan, UD. ARSHAINDO menerima 4 keluhan dari pelanggan selama bulan November 2021 – April 2022 yang berhubungan dengan kualitas layanan seperti kebersihan produk, keramahan dan kepuasan pengiriman, pesanan tidak tepat waktu, dan cita rasa tidak sesuai keinginan.

Oleh karena itu *Service Quality (Servqual)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan sebagai metode pada penelitian ini. Metode *servqual* mempunyai kelebihan dapat mengetahui nilai kesenjangan kualitas pelayanan dari setiap atribut kepuasan dan harapan atas pelayanan yang diperoleh [7]. Sehingga dapat mengetahui faktor yang menjadi fokus perbaikan kedepannya [8]. Metode *servqual* baik digunakan untuk menilai kualitas layanan dengan menggunakan kuesioner yang artinya pertanyaan sama dan jawaban yang berbeda menurut penilaian responden.

Kelebihan metode CSI dapat dilihat dari penilaian atribut kepuasan dan harapan pelanggan untuk mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan [9]. Tujuan dari penelitian ini mengetahui apa saja atribut yang mempengaruhi kualitas layanan, serta mengukur kepuasan pelanggan menggunakan metode *servqual* dan CSI.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Definisi dari kata kepuasan *satisfaction* berawal dari kata *satis* mempunyai arti cukup baik sedangkan kata *faction* memiliki arti melakukan atau membuat [10]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan yaitu sebagai upaya untuk memenuhi sesuatu yang diinginkan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan tanggapan dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian produk setelah membelinya [11]. Menurut teori di atas, maka kepuasan pelanggan terletak pada keinginan pelanggan terhadap suatu produk maupun layanan yang diberikan. Produk dan layanan dikatakan baik, jika produk maupun layanan yang mereka beli sesuai kenyataan dan harapan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika terdapat ketidaksesuaian maka pelanggan merasa tidak puas.

2.2 Pengertian Kualitas layanan

Kualitas layanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan atau pengguna [12]. kualitas layanan atau jasa digunakan mengukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan, agar mampu diharapkan pelanggan [13]. Kualitas layanan yang dimaksud penulis untuk penelitian adalah mengukur seberapa baik tingkat layanan yang diberikan oleh UD. ARSHAINDO apakah mampu memenuhi keinginan maupun harapan dari pelanggannya.

Dalam mengukur kualitas layanan dapat menggunakan skala likert 1-5 sebagai pengukuran [14]. Berikut merupakan penjelasan dimensi kualitas layanan [15]:

- a) *Tangible* (bukti fisik) merupakan dimensi kualitas layanan seperti penampilan, peralatan, material yang digunakan, komunikasi.
- b) *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dipercaya.
- c) *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan untuk membantu penyediaan pelayanan secara cepat.
- d) *Assurance* (jaminan) merupakan dimensi kualitas layanan seperti pengetahuan, sopan santun dan kemampuan karyawan untuk mendapat kepercayaan pelanggan.
- e) *Empathy* (empati) adalah sikap peduli, perhatian secara personal yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan seperti menjalani komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

2.3 Metode *Service Quality*

Metode *Servqual* merupakan metode pengukuran kualitas layanan dengan menggunakan karakteristik masing-masing dimensi untuk mendapatkan skor gap yang mewakili perbedaan antara kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima dan harapan atas apa yang diterima [16].

“*Servqual*” merupakan alat ukur untuk mengukur kualitas layanan [14]. Mempunyai dua bagian yaitu:

- a. Bagian kepuasan berisi pernyataan umum mengenai kepuasan pelanggan.
- b. Bagian harapan berisi pernyataan penilaian pelanggan yang diharapkan terhadap perusahaan.

Pada pernyataan bagian kepuasan maupun harapan menggunakan pemilihan skala likert 1-5 sebagai penilaian pelanggan, mulai dari angka 1 (sangat tidak puas) hingga angka 5 (sangat puas). Responden harus memberikan satu penilaian saja untuk setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda centang pada kolom yang disediakan.

Tahap selanjutnya yaitu memberikan penilaian terhadap atribut tingkat kepuasan

maupun harapan yang pernyataan sudah tersusun sebagai kuesioner untuk responden [17]. Hasil yang didapat kemudian dihitung kesenjangan (GAP), untuk mengetahui nilai *service quality*nya.

2.4 CSI (*Customer Satisfaction Index*)

CSI adalah metode untuk menentukan kepuasan pelanggan secara keseluruhan pendekatan yang mempertimbangkan pentingnya karakteristik kualitas layanan yang diukur [18]. CSI memiliki keuntungan karena mudah digunakan, indeks yang sederhana dan berguna kepuasan dalam skala dengan sensitivitas dan keandalan yang sangat tinggi [7]. Tingkat kepuasan dikategorikan dalam beberapa tingkat yaitu [19]:

Tabel 1 Standar *customer satisfaction index*

Nilai CSI	Kriteria CSI
< 60%	Tidak puas
60% - 75%	Kurang puas
76% - 85%	Cukup puas
85% - 95%	Puas
>95%	Sangat puas

Sumber: Angka kepuasan pelanggan (Haris Fadillah, 2020)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di UD. ARSHAINDO yang terletak di Desa Tanggurejo Dagang, Kecamatan Manyar, Gresik. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai April 2022. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan berupa data primer dengan proses observasi dan data sekunder didapatkan melalui studi pustaka. Responden yang digunakan adalah *reseller* dan *customer*. Data jumlah pelanggan UD. ARSHAINDO selama 1 bulan sebanyak 90 pelanggan, jumlah tersebut dianggap sebagai populasi pelanggan.

Rumus slovin digunakan menentukan minimal jumlah sampel (persamaan 1).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (1)$$

Teknik pengumpulan data penyebaran kuesioner melalui formulir berisi pernyataan yang ditujukan untuk *reseller* dan *customer*. Metode analisis data menggunakan *microsoft excel*. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, metode *servqual*, dan metode CSI.

Uji validitas menggunakan rumus *Product Moment*, sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (2)$$

Jika nilai r hitung > r tabel maka dinyatakan valid, dimana r tabel dapat dilihat pada tabel r product moment pada sig 0,05 sesuai dengan jumlah responden penelitian.

Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma x^2}{\sigma^2 Total} \right] \quad (3)$$

Standar reliabilitas pernyataan suatu instrumen dikatakan layak atau reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Selanjutnya adalah penghitungan gap metode *servqual* (persamaan 4).

$$GAP = rata\ kepuasan - rata\ harapan \quad (4)$$

Jika gap bernilai positif berarti pelanggan merasa puas, namun jika gap bernilai negatif pelanggan merasa tidak puas. Sedangkan gap bernilai negatif paling tinggi harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan untuk dilakukan perbaikan kedepannya.

Selanjutnya dilakukan penghitungan metode CSI. Dilihat pada (persamaan 5).

$$SI = \frac{T}{5Y} \times 100\% \quad (5)$$

Apabila nilai CSI di bawah 60% maka dapat dikatakan bahwa pelanggan tidak puas terhadap

pelayanan yang diberikan. Standar nilai CSI dapat dilihat pada tabel 1.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penentuan Jumlah Sampel

Pada penelitian ini menggunakan perhitungan sampel bahwa populasi pelanggan UD. ARSHAINDO selama 1 bulan sebanyak 90 orang. Responden dari *reseller* maupun *customer*. Perhitungan sampel untuk pengolahan data minimum menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{90}{1 + 90 (0,05)^2}$$

$$= \frac{90}{1 + 90(0,0025)}$$

$$= 73,469 \rightarrow 73$$

Dari perhitungan jumlah sampel maka dapat disimpulkan bahwa minimum kuesioner yang disebarkan sebanyak 73 kuesioner. Oleh karena itu, dilakukan penyebaran kuesioner sebanyak 80 responden untuk diuji dalam penelitian ini. Atribut pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2 Atribut pernyataan tingkat kualitas layanan

Dimensi Servqual	Kode	Atribut	Sumber
Tangible (Bukti Fisik)	X1	Fasilitas tempat yang bersih dan nyaman	UD. ARSHAINDO
	X2	Penampilan karyawan yang bersih dan rapi	[14]
	X3	Lokasi yang strategis	[2]
	X4	Harga produk yang terjangkau	UD. ARSHAINDO
Responsive (Tanggapan)	X5	Jumlah tenaga kerja memadahi	[9]
	X6	Menerima keluhan dan saran dengan baik	[5]
	X7	Pemberian informasi yang dibutuhkan oleh konsumen	[8]
Reability (Keandalan)	X8	Kesiagapan ketika ada kendala	[2]
	X9	Keterampilan karyawan dalam menanggapi masalah	[8]
	X10	Pelayanan yang baik dan ramah	[2]
Assurance (Jaminan)	X11	Respon cepat terhadap keluhan konsumen	[3]
	X12	Loyalitas yang baik terhadap konsumen	[9]
	X13	Kefokusan karyawan dalam melayani konsumen	[8]
Empaty (Empati)	X14	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	[8]
	X15	Bersedia melakukan pengerjaan ulang ketika barang tidak sesuai dengan konsumen	[14]
Empaty (Empati)	X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan	[14]
	X17	Karyawan mudah dihubungi	[5]

X18	Kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen	[3]
X19	Kemampuan komunikasi yang baik	UD. ARSHAINDO

Sumber: Data diolah

4.2 Uji Validitas

Penelitian ini dilakukan pada UD. ARSHAINDO dengan jumlah sampel 80 orang, maka perhitungan valid nilai derajat kebebasan (df) = $N-2$ untuk jumlah responden sebesar 80, df = $80 - 2 = 78$. Akan diperoleh angka r tabel, yaitu 0,219.

Dalam pengujian ini menggunakan *ms.excel*. Hasil uji *validitas* atribut tingkat kepuasan tersaji pada tabel 3 dan atribut tingkat harapan pada tabel 4.

Tabel 3 Hasil perhitungan validitas tingkat kepuasan

kode	r-Hitung	r-Tabel	Kesimpulan
X1	0.506	0.219	Valid
X2	0.502	0.219	Valid
X3	0.454	0.219	Valid
X4	0.323	0.219	Valid
X5	0.608	0.219	Valid
X6	0.548	0.219	Valid
X7	0.502	0.219	Valid
X8	0.509	0.219	Valid
X9	0.573	0.219	Valid
X10	0.430	0.219	Valid
X11	0.587	0.219	Valid
X12	0.669	0.219	Valid
X13	0.471	0.219	Valid
X14	0.532	0.219	Valid
X15	0.408	0.219	Valid
X16	0.585	0.219	Valid
X17	0.605	0.219	Valid
X18	0.567	0.219	Valid
X19	0.690	0.219	Valid

Tabel 4 Hasil perhitungan validitas tingkat harapan

kode	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
X1	0.483	0.219	Valid
X2	0.547	0.219	Valid
X3	0.466	0.219	Valid
X4	0.583	0.219	Valid
X5	0.644	0.219	Valid
X6	0.586	0.219	Valid
X7	0.545	0.219	Valid
X8	0.481	0.219	Valid
X9	0.493	0.219	Valid
X10	0.432	0.219	Valid
X11	0.483	0.219	Valid
X12	0.645	0.219	Valid
X13	0.582	0.219	Valid
X14	0.450	0.219	Valid
X15	0.546	0.219	Valid
X16	0.558	0.219	Valid
X17	0.491	0.219	Valid
X18	0.536	0.219	Valid
X19	0.493	0.219	Valid

Atribut tingkat kepuasan dan harapan dari 19 pertanyaan yang disebarkan kepada responden dinyatakan valid, karena hasil yang diperoleh r hitung > r tabel (0.219), dan nilai signifikansi (0.05).

4.3 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas menggunakan *ms.excel*, dengan nilai *Cronbach Alpha* sebagai penentuan apakah data tersebut reliabel atau tidak. Hasil uji reliabilitas atribut tingkat kepuasan tersaji pada tabel 5 dan atribut tingkat harapan pada tabel 6, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5 Uji reliabilitas tingkat kepuasan

Nilai Yang di tetapkan r tabel	Nilai Cronbach Alpha	kesimpulan
0.6	0.857	RELIABEL

Tabel 6 Uji reliabilitas tingkat harapan

Nilai Yang di tetapkan r tabel	Nilai Cronbach Alpha	kesimpulan
0.6	0.856	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas atribut tingkat kepuasan 0.857 dan harapan 0.856 dinyatakan reliabel, karena r hitung lebih besar dari r tabel 0.6. Hal tersebut berarti hasil uji reliabilitas atribut dapat dipercaya kebenarannya.

4.4 Penghitungan Gap Metode *Servqual*

Perhitungan GAP digunakan untuk menunjukkan kesesuaian pelayanan pada suatu atribut dengan harapan pelanggan. Hasil penghitungan nilai rata-rata kepuasan, rata-rata harapan, dan nilai gap, dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7 Nilai rata-rata kepuasan, rata-rata harapan, dan nilai GAP

Kode Pernyataan	rata-rata kepuasan	rata-rata harapan	GAP
X1	3.638	3.675	-0.037
X2	3.838	3.950	-0.113
X3	3.738	3.713	0.025
X4	3.788	3.850	-0.063
X5	3.725	3.925	-0.200
X6	3.713	3.863	-0.150
X7	3.738	3.850	-0.113
X8	3.675	3.838	-0.163
X9	4.000	3.888	0.113
X10	3.813	3.850	-0.038
X11	3.825	3.963	-0.138
X12	3.750	3.825	-0.075
X13	3.875	3.725	0.150
X14	4.088	3.825	0.263
X15	3.763	3.775	-0.012
X16	3.825	4.025	-0.200
X17	3.775	3.825	-0.050
X18	3.850	3.813	0.038
X19	3.938	4.038	-0.100

Hasil analisis gap atau kesenjangan antara hasil kepuasan dan harapan yang tertera pada tabel 7 dan diklasifikasikan berdasarkan peringkat pada tabel 8.

Berdasarkan hasil dari tabel 8, atribut X16 dengan pernyataan “Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan” memiliki tingkat kesenjangan tertinggi yang harus diprioritaskan dengan cara meningkatkan empati dalam menyikapi pelanggan.

Tabel 8 Nilai dan rank *servqual* (GAP) atribut pernyataan

Kode	Atribut Pernyataan	GAP	rank
X16	Kesabaran karyawan dalam menerima keluhan	-0.200	1
X5	Jumlah tenaga kerja memadai	-0.200	2
X8	Kesiagapan ketika ada kendala	-0.163	3
X6	Menerima keluhan dan saran dengan baik	-0.150	4
X11	Respon cepat terhadap keluhan konsumen	-0.138	5
X7	Pemberian informasi yang dibutuhkan oleh konsumen	-0.113	6
X2	Penampilan karyawan yang bersih dan rapi	-0.113	7
X19	Kemampuan komunikasi yang baik	-0.100	8
X12	Loyalitas yang baik terhadap konsumen	-0.075	9
X4	Harga produk yang terjangkau	-0.063	10
X17	Karyawan mudah dihubungi	-0.050	11
X10	Pelayanan yang baik dan ramah	-0.038	12
X1	Fasilitas tempat yang bersih dan nyaman	-0.037	13
X15	Bersedia melakukan pengerjaan ulang ketika barang tidak sesuai dengan konsumen	-0.012	14
X3	Lokasi yang strategis	0.025	15
X18	Kesopanan dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen	0.038	16
X9	Keterampilan karyawan dalam menanggapi masalah	0.113	17
X13	Kefokusn karyawan dalam melayani konsumen	0.150	18
X14	Karyawan bersikap jujur kepada konsumen	0.263	19

4.5 Penghitungan Metode CSI

Kemudian dilakukan perhitungan menggunakan metode CSI untuk menentukan

kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hasil perhitungan dengan metode CSI dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9 Hasil perhitungan dengan metode CSI

Kode	MIS	MSS	WF	WS
	kepuasan	harapan		
X1	3.64	3.68	5.03	18.48
X2	3.84	3.95	5.03	19.86
X3	3.74	3.71	5.17	19.18
X4	3.79	3.85	5.23	20.15
X5	3.73	3.93	5.23	20.55
X6	3.71	3.86	5.13	19.82
X7	3.74	3.85	5.17	19.89
X8	3.68	3.84	5.17	19.82
X9	4.00	3.89	5.53	21.49
X10	3.81	3.85	5.27	20.29
X11	3.83	3.96	5.27	20.88
X12	3.75	3.83	5.18	19.83
X13	3.88	3.73	5.36	19.95
X14	4.09	3.83	5.36	20.49
X15	3.76	3.78	5.20	19.63
X16	3.83	4.03	5.29	21.28
X17	3.78	3.83	5.29	20.22
X18	3.85	3.81	5.32	20.29
X19	3.94	4.04	5.44	21.97
Total	72.35	73.21	99.65	
<i>Weight total (WT)</i>				384.07
<i>Costumer Satisfaction Index (CSI)</i>				77.08

$$CSI = \frac{384.07}{5 * 99.65} X 100\% = 77.08\%$$

Berdasarkan tabel 9 nilai yang diperoleh dari perhitungan CSI adalah 77.08% jika dilihat dari tabel kriteria *customer satisfaction index* (tabel 1), maka nilai tersebut berada pada *range* 76% - 85%, maka dinyatakan pelanggan merasa cukup puas dengan pelayanan yang diberikan oleh UD. ARSHAINDO.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian terhadap UD. ARSHAINDO maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Data kepuasan pelanggan dengan metode *service quality* didapatkan nilai kesenjangan (GAP) tertinggi yaitu pada

atribut X16 (kesabaran karyawan dalam menerima keluhan) dengan nilai -0.200.

- Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan diperoleh melalui perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan nilai 77.08% yang artinya secara keseluruhan pelanggan merasa “cukup puas”.

5.2 Saran

Berdasarkan nilai gap tertinggi, yaitu pada atribut kesabaran karyawan dalam menerima keluhan, maka sebaiknya UD. ARSHAINDO dapat melakukan pembinaan kepada karyawan dalam hal pelayanan prima.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak yang membantu penyusunan jurnal ini, yaitu:

- Kedua orang tua yang telah memberikan do'a serta dukungan dalam setiap langkah untuk meraih keberhasilan.
- Bapak Masrur, ST selaku pembimbing UD ARSHAINDO.

DAFTAR PUSTAKA

- A. C. Utami and E. Ismiyah, “Evaluasi Kualitas Pelayanan Pelanggan pada Rumah Makan Barokah dengan Metode SERVQUAL dan Index Potential Gain Customer Value,” vol. VII, no. 3, pp. 3466–3472, 2022.
- V. Musrida, “STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN PADA LYL BAKERY LAMONGAN,” pp. 17–1041, 2022, [Online]. Available: <https://repository.unej.ac.id/xmlui/handle/123456789/108380>
- M. D. Ardiansyah, E. Ismiyah, and A. W. Rizqi, “Penerapan Metode Service Quality pada UD . Triple-X untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan,” *Jati Emas (Jurnal Apl. Tek. dan Pengabd. Masyarakat)*, vol. 6, no. 2, pp. 19–24,

- 2022.
- [4] D. Y. Saputra and D. Widyaningrum, "Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Index Potential Gain Customer Value (Studi Kasus : Outlet Yossmi Dimsum)," vol. VII, no. 2, 2022.
- [5] R. Mahendraswari and R. Nurmalina, "Tingkat Kepentingan serta Kinerja Atribut Produk dan Pelayanan di Rumah Makan Bebek Gendut , Bubulak , Kota Bogor," no. 66, 2013.
- [6] N. Lubis, "Meningkatkan Kepuasan Konsumen Produk Makanan di Aplikasi GoFood & GrabFood Melalui Kepercayaan Dan Tampilan Produk," no. 0761, 2022.
- [7] A. Deharja, F. Putri, and L. O. N. Ikawangi, "Analisis kepuasan pasien BPJS rawat jalan dengan metode Servqual, CSI, dan IPA di klinik dr. M. Suherman," *J. Kesehat.*, vol. 5, no. 2, pp. 106–115, 2019, doi: 10.25047/j-kes.v5i2.25.
- [8] S. Alfariysi and D. Andesta, "Analisis Perbaikan Servqual Menggunakan Metode IPA dan CSI di J & T Express Gresik," vol. 19, no. 2, pp. 186–194, 2022.
- [9] S. Yakub, P. S. Ramadhan, S. Zahara, and J. Halim, "Analisis Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Hotel Grandhika Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality," *J. SAINTIKOM (Jurnal Sains Manaj. Inform. dan Komputer)*, vol. 19, no. 2, p. 85, 2021, doi: 10.53513/jis.v19i2.2619.
- [10] J. Ilmiah, M. Emor, E. Manajemen, and O. Riset, "OPTIMALISASI SERVICE QUALITY PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KOTA TERNATE," vol. 5, no. 2, pp. 1–16, 2021.
- [11] H. Fadillah, A. F. Hadining, and R. P. Sari, "ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ABC LAUNDRY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY , IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)," vol. 15, no. 1, pp. 1–10, 2020.
- [12] W. J. K. Rintia Yoanita Simatupang, "Measurement of Service Quality Using the Servqual Method At Restaurant Serbaraso," vol. 4, no. 1, pp. 70–87, 2022.
- [13] Djastian Muhdtadiansyah, "ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY DAN PENDEKATAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (Studi Kasus : Kedai Ngacapruk, Yogyakarta)," *Kualitas Layanan, Kedai Kopi, Serv. Qual. (Servqual), Importance Performace Anal.*, 2020, [Online]. Available: <https://dSPACE.uui.ac.id/123456789/29164>
- [14] A. A. Fitriah, "Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality (Servqual) (Studi Kasus pada 'UKM Empal Gentong Amarta' Cirebon-Jawa Barat)," pp. 8–24, 2017, [Online]. Available: https://dSPACE.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10575/06.2_bab2.pdf?sequence=7&isAllowed=y
- [15] S. Tinggi, I. Ekonomi, and W. Manggala, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada UD Pandan Wangi Semarang The Factors which Influence Customer ' s Satisfaction at UD . Pandan Wangi Semarang," pp. 1–19.
- [16] J. Sembiring and B. Sinaga, "Penerapan Metode Servqual Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pengurusan Surat Izin Usaha Mikro Dan Kecil Pada Kantor Camat Dolat Rayat Kabupaten Karo," *J. Nas. Komputasi dan Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 165–170, 2021, doi: 10.32672/jnkti.v4i2.2933.
- [17] F. I Universitas N. P. Devina Vanesa1 and Hendri Andi Mesta, "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pasien Menggunakan Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA)," *J. Kaji. Manaj. dan Wirausaha*, vol. 02, pp. 28–35, 2020, [Online]. Available: <https://dSPACE.uui.ac.id/123456789/29164>
- [18] J. Sebayang and S. Murniyanti, "Penerapan Metode CSI Dalam Menentukan Kepuasan Pasien Suntik



- Vaksin,” vol. 1, no. September, pp. 585–594, 2022.
- [19] A. A. Trinoto, A. Zamakhsari, P. Studi, T. Informatika, P. P. Pelanggan, and K. A. Indonesia, “PELAYANAN PELANGGAN DENGAN METODE CSI DAN SERVQUAL,” vol. 5, no. 3, pp. 342–347, 2021.
- [20] S. K. Dewi, D. P. Restuputri, and A. Sulaksmi, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Impotance Performance Analysis,” *Semin. Teknol. dan Rekayasa*, vol. 1, pp. 206–222, 2015.