

# Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Service Mesin Cetak Kyocera Di PT Abirama Mulia Persada Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Lukman Nul Hakim

Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Kramat Raya, No. 98 Kec. Senen, Jakarta, Indonesia

email korespondensi: [lukmannulhakim5612@gmail.com](mailto:lukmannulhakim5612@gmail.com)

Submit: 23-09-2024 | Revisi : 30-09-2024 | Terima : 15-06-2025 | Publikasi: 30-06-2025

## Abstrak

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan merupakan isu utama dalam setiap unit yang beroperasi dalam sektor jasa. Namun, mencapai kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena banyak faktor yang memengaruhi mencapai tingkat kepuasan ini. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah salah satu faktor kunci. dalam pertimbangan konsumen mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan. Tujuan dari penulisan ini adalah mengevaluasi taraf kepuasan pelanggan. PT Abirama Mulia Persada Penulisan ini bertujuan untuk mengevaluasi taraf kepuasan konsumen kepada layanan dan kinerja perusahaan yang telah dirasakan serta menentukan kriteria-kriteria pelayanan yang menjadi prioritas. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* diterapkan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa konsumen terdiri dari pria dan wanita dengan rentang usia diantara tahun hingga 21 tahun sampai dengan 31 tahun berjumlah 34 orang, rentan usia responden 31 sampai 41 tahun berjumlah 16 orang, rentan usia responden 41 tahun sampai 51 tahun berjumlah 14 orang, rentan usia responden 51 tahun sampai 61 tahun berjumlah 14 orang, rentan usia responden 61 tahun sampai 71 tahun berjumlah 3 orang Tingkat konsumen terhadap PT Abirama Mulia Persada berdasarkan CSI sebesar 79,68%, *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) terhadap kualitas pelayanan mendapatkan nilai 0.786 dan *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) terhadap harapan dan kinerja mendapatkan nilai 0,688, yang dapat diartikan sangat puas terhadap pelayanan di PT Abirama Mulia Persada, pengujian ini menggunakan *Software SPSS Stastitis 26*.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*

## Abstract

*Customer satisfaction and trust are the main issues in every unit operating in the service sector. However, achieving customer satisfaction is not easy because many factors influence achieving this level of satisfaction. The quality of service provided is one of the key factors. in consumer considerations regarding the level of perceived satisfaction. The purpose of this writing is to evaluate the level of customer satisfaction. PT. Abirama Mulia Persada This writing aims to evaluate the perceived level of consumer satisfaction with the company's services and performance and determine priority service criteria. The Customer Satisfaction Index (CSI) method is applied to assess the level of customer satisfaction. Based on the research results, it is known that consumers consist of men and women with an age range between 21 years and 31 years, totaling 34 people, 16 people aged 31 to 41 years, 14 people aged 41 to 51 years, vulnerable respondents aged 41 to 51 years. Respondents aged 51 years to 61 years were 14 people, respondents aged 61 years to 71 years were 3 people. The consumer level for PT Abirama Mulia Persada based on CSI was 79.68%, Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) for service quality was 0.786 and Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) for expectations and performance received a value of 0.688, which can be interpreted as being very satisfied with the service at PT Abirama Mulia Persada. This test uses SPSS Statistics 26 software.*

*Keywords : Customer Satisfaction, Method Customer Satisfaction Index (CSI)*

## 1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, pelayanan pelanggan menjadi salah satu factor kunci yang dapat membedakan antara keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan. PT Abirama Mulia Persada sebagai perusahaan yang bergerak dibidang penyedia layanan mesin cetak KYOCERA, tentu memahami pentingnya pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan mereka. Pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan citra perusahaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Persaingan yang ketat dalam bisnis jual beli mesin cetak merupakan tantangan besar bagi pebisnis untuk menjaga pelanggan mereka. Kualitas produk dan pelayanan adalah faktor penting dalam menarik konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan kepuasan, pemilik bisnis melakukan berbagai upaya. Beberapa langkah yang diambil oleh pemilik bisnis termasuk memberikan keringanan berupa kredit dalam



membeli mesin cetak, memberikan pelayanan service yang terbaik, memberikan assurance jangka Panjang, mengutus teknisi terbaik dalam bidangnya demi memberikan pelayanan dan pengalaman yang tidak didapatkan oleh konsumen (Mustikasari, 2020). Ada lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggap (*responsiveness*), empati (*empathy*), dan jaminan (*assurances*) (Ria Setyawati, 2023).

Agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan, karyawan diharapkan bekerja sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh PT Abirama Mulia Persada. Hal ini terutama berlaku untuk mereka yang berinteraksi langsung dengan konsumen, seperti sales dan teknisi. Sales bertugas untuk menjual produk kepada pelanggan dengan cara bertemu langsung dan menawarkan produk kepada calon pelanggan. Mereka juga harus memiliki keterampilan dalam metode penjualan yang efektif dan efisien serta dalam komunikasi dengan calon pelanggan. Sales sering dianggap sebagai ujung tombak perusahaan karena mereka diharapkan untuk menjual produk sebanyak mungkin, yang merupakan sumber utama pendapatan perusahaan, sedangkan teknisi sendiri orang yang bertemu langsung *customer* mengenai kendala terhadap mesin cetak ataupun perawatan rutin tiap bulannya sebagaimana yang sudah disepakati diawal oleh perusahaan dan pelanggan berupa perawatan dan service tiap bulannya selama kredit mesin cetak berlangsung (Sari et al., 2022).

## 1.2 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah berdasarkan uraian identifikasi permasalahan sebelumnya, peneliti dapat menemukan beberapa permasalahan yang akan ditemukan dalam melakukan penelitian, sebagai berikut:

1. Skala penilaian yang menjadi nilai tertinggi pada kepuasan pelanggan terhadap pelayan service yang digunakan dengan metode CSI?
2. Bagaimana skala penilaian yang menjadi nilai terendah pada kepuasan pelanggan dan harapan/kinerja dengan metode CSI?
3. Apa penilaian pada sisi pelayanan service pada pengalaman konsumen mempengaruhi kepuasan konsumen itu sendiri?

## 1.3 Metode Penelitian

Untuk mempermudah langkah-langkah penelitian dan menyelesaikan masalah, penulis perlu menentukan lebih dahulu metode penelitian yang akan digunakan. Dalam penelitian ini, yang diterapkan adalah kuantitatif, yang dikenal dengan pendekatannya yang terperinci dan sistematis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y).

1. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan pada PT Abirama Mulia Persada.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan service PT Abirama Mulia Persada.
3. Bagaimana tanggapan PT Abirama Mulia Persada atas kritik dan saran yang di sampaikan pelanggan terhadap pelayanan yang di berikan.

## 1.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari peneliti yang akan diujikan variabelnya berdasarkan perumusan masalah dan latar belakang sebelumnya peneliti telah membuat hipotesis sementara yang dapat diajukan untuk penelitian ini hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

Teramati pelanggan yang menerima layanan yang cepat dan responsive akan memiliki kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan customer yang menerima layanan yang lambat dan tidak responsive. Oleh karena itu PT Abirama Mulia Persada terus meningkatkan pelayanan service bagi para pelanggannya dan berupaya menjadi perusahaan yang lebih baik lagi untuk para pelanggannya.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen memengaruhi keinginan dan tindakan pembelian ulang, yang pada akhirnya berimbas pada pendapatan di masa depan. Masalah kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi perhatian utama di semua industri, dengan semakin banyak sektor yang terdorong untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menarik pelanggan (Mustikasari, 2020).

### 2.2 Kualitas Produk

Produk mencakup segala sesuatu yang ditawarkan dipasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Citra produk akan membaik apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan tersebut. Dengan demikian, kualitas produk menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan dalam proses produksi.

Produk meliputi semua hal yang ditawarkan di pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Citra produk akan meningkat jika produk tersebut dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan tersebut. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi elemen penting yang harus diperhatikan dalam proses produksi (Mustikasari, 2020).

### 2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Day (dalam Tse dan Wilson), yang dikutip oleh Fandy (2000:17), kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah reaksi konsumen terhadap perbedaan yang dirasakan antara harapan awal dan kinerja nyata produk setelah digunakan (Yuli Asbar & Mochamad Ari Saptari, 2017).

### 2.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

#### A. Defenisi

Menurut Kotler (2009), kepuasan pelanggan adalah perasaan bahagia atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan persepsinya terhadap kinerja dengan harapannya. Jika kinerja tersebut tidak menanggapi harapan, konsumen akan merasa tidak puas.

Berpendoman penegertian diatas disimpulkan bahwa penelitian merupakan aktivitas sistematis menggunakan metode ilmiah untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data guna memperoleh pengetahuan baru yang dapat diuji kebenarannya

#### B. Tolak Ukur Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Pada metode CSI memiliki sebuah tolak ukur untuk menjadi penilaian terhadap produk yang sedang diteliti, terdapat 5 skala yang sudah dikategorikan sesuai penilaiannya. Sebagai contoh sebuah produk memiliki penilaian terhadap suatu produk dari nilai skala daya Tarik sebesar 0,66-0,80 yang diartikan puas dan diartikan nilai diatas rata-rata. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat ditabel dibawah ini:

TIDAK	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,00 – 0,34	Tidak Puas
2	0,35 – 0,50	Kurang Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,66 – 0,80	Puas
5	> 0,80	Sangat Puas

Sumber [exsight.id](http://exsight.id)

Gambar II.I: Skala kepuasan pelanggan

### 2.4 Microsoft Excel

Menurut [kumparan.com](http://kumparan.com) dalam artikelnya *Microsoft Excel* adalah aplikasi *spreadsheet* yang dikembangkan oleh *Microsoft* untuk pengelolaan data, analisis, dan presentasi grafis. Program ini tersedia diplatform *Windows* serta di *MacOS*, *Android*, dan *iOS*, memberikan kemudahan akses diberbagai perangkat. Sebagai salah satu perangkat lunak utama dalam pengolahan data dan angka, *Microsoft Excel* memungkinkan manipulasi data numerik melalui lembar kerja yang terdiri dari baris dan kolom untuk menjalankan perintah.

### 2.5 Stastical Program For Social Science (SPSS)

SPSS adalah singkatan dari "*Statistical Package for the Social Sciences*" Perangkat lunak ini berfungsi untuk analisis statistik, pengolahan serta manipulasi data, dan penyusunan laporan di berbagai bidang, seperti ilmu sosial, ilmu alam, kedokteran, bisnis, dan penelitian lainnya. SPSS digunakan secara luas dalam proses survei. Perangkat lunak ini memudahkan Anda dalam menyusun kuesioner, mengumpulkan data dari responden, dan menganalisis hasil survey serta analisis data SPSS membantu anda dalam melakukan analisis mendalam terhadap data yang anda miliki.

### 2.6 Rumus Random Simple Sampling

*Simple Random Sampling* adalah metode pemilihan sampel di mana setiap individu dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Tujuan utama dari SRS adalah agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi secara akurat. secara keseluruhan, sehingga hasil analisis dapat digeneralisasikan kepada populasi. secara keseluruhan. Dalam metode ini, pemilihan sampel dilakukan secara acak tanpa melihat karakteristik individu dalam populasi [binus.ac.id](http://binus.ac.id). rumus ukuran sample dasar:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{E^2}$$

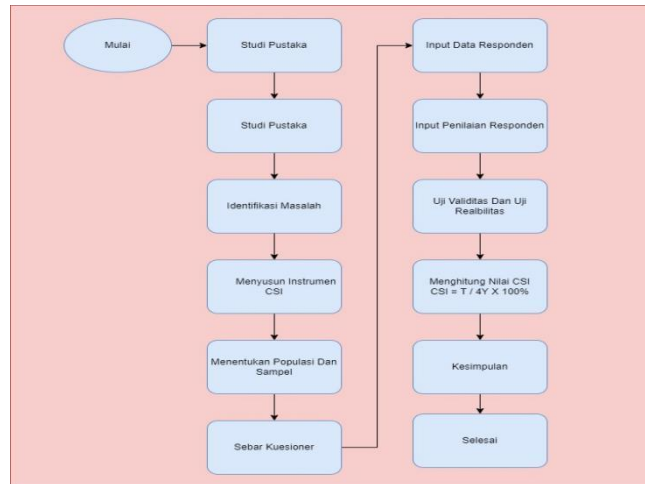
N = Ukuran sample yang diperlukan.

Z = Nilai Z-score (berkaitan dengan tingkat kepercayaan 1.96 untuk 95% tingkat kepercayaan).

P = Proposi populasi yang diharapkan.

E = Margin of eror 0,005.

## 3. Metode Penelitian



Sumber: peneliti

Gambar III.I: Tahapan Penelitian

Proses penelitian peneliti lakukan dapat dijelaskan secara merinci melalui diagram alur berikut penjelasannya:

A. Studi Pustaka: adalah tahap awal penelitian, Peneliti melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan berbagai literatur yang relevan. Sumber-sumber yang digunakan meliputi jurnal penelitian sebelumnya dan artikel-artikel ilmiah yang terpercaya.

B. Identifikasi masalah: pada tahap ini, peneliti melakukan pengamatan untuk menentukan masalah yang akan diteliti dan menganalisa perilaku dan kebiasaan pelanggan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang sering dialami pelanggan.

C. Menentukan metode penelitian: pada tahap ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebagai alat dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan di PT Abirama Mulia Persada.

D. Menyusun instrument penelitian CSI: dalam metode penulisan ini, peneliti memanfaatkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dalam menilai kepuasan konsumen terhadap pelayanan service PT Abirama Mulia Persada.

E. Menentukan populasi dan sample: pada penelitian ini, peneliti menentukan populasi pada data customer diPT Abirama Mulia Persada dari bulan januari s/d agustus 2024 terdapat lebih dari 120 customer yang aktif dan tersebar di beberapa daerah. Dikarenakan jumlah populasi customer melebihi dari 25% maka peneliti menggunakan rumus sample dasar (untuk populasi yang besar) berikut riciannya.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{E^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot (1 - 0.5)}{0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

$$nf = \frac{384.16}{1 + \frac{384.16-1}{102}}$$

$$nf = \frac{384.16}{1 + \frac{383.16}{102}}$$

$$nf = \frac{384.16}{1 + 3.76}$$

$$nf = \frac{384.16}{4.76}$$

$$nf = 80.7$$

$$nf = \frac{n}{n + \frac{n-1}{N}}$$

F. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus populasi besar dan rumus populasi terbatas, dapat dilihat bahwa minimal jumlah sample sebanyak 81 sample dikarenakan jumlah customer melebihi 120 customer dan tersebar di Jakarta dan diluar Jakarta data tersebut dari bulan januari s/d agustus 2024.

G. Sebar kuesioner: peneliti menggunakan penyebaran secara offline atau bertemu langsung yang telah dibuat dan disebarkan kepada responden pengguna mesin cetak *Kyocera* diPT Abirama Mulia Persada.

H. Input data responden: peneliti menginput data responden dengan item nama, usia, jenis kelamin, dan asal sekolah agar memudahkan peneliti biar tidak tertukar pada responden lainnya di *M.S Excel*.

I. Uji validitas dan realibilitas: untuk memastikan instrumen alat ukur yang peneliti gunakan (kuesioner) sudah baik, uji validitas dan realibilitas menggunakan SPSS versi 26. Uji validitas berfokus sejauh mana instrumen pengukur benar-benar mengukur variabel yang dimaksud, sementara reliabilitas bertujuan untuk menilai apakah hasil pengukuran akan konsisten jika diulang.

J. Perhitungan dengan menggunakan metode CSI: Data yang dikumpulkan dari umpan balik pelanggan akan dianalisis memanfaatkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini memfasilitasi peneliti dalam menghitung *Mean Importance Score* (MIS), *Weight Factors* (WF), *Mean Satisfaction Score* (MSS), *Weight Score* (WS), dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

K. Kesimpulan: pada tahap akhir, peneliti akan menyusun kesimpulan berdasarkan hasil analisis data, Selain itu, akan diajukan beberapa rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut yang relevan dengan studi ini.

### 3.1 Metode Pengumpulan Data

#### 1. Observasi

Dengan mengevaluasi langsung dengan beberapa referensi yaitu menganalisis terhadap pelayanan diberikan oleh perusahaan, dengan ini peneliti mengamati langsung respon pelanggan dilapangan terhadap pelayanan yang diberikan.

#### 2. Wawancara

Metode yang digunakan penulis melibatkan tanya jawab secara langsung. langsung terhadap pelanggan dilapangan tentang pelayanan service yang telah diberikan oleh perusahaan dengan cara ini penulis mengetahui kendala dan respon pelanggan terhadap pelayanan service yang diberikan.

#### 3. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan dengan mencari, membaca, dan mengumpulkan berbagai buku referensi serta jurnal yang terkait dengan kepuasan pelanggan dan pelayanan di PT Abirama Mulia Persada.

### 3.2 Uji Validitas Dan Realibitas

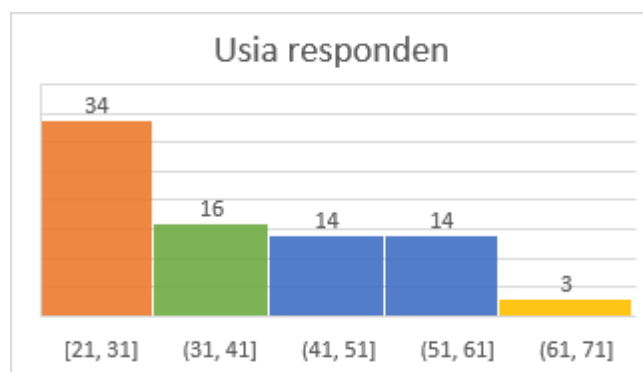
Uji reliabilitas dalam *scientist* ini menggunakan perbandingan nilai korelasi pada *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6, apa bila hasil perhitungan pada nilai koefisien realibitas  $> 0.6$  maka bisa dikatakan bahwa item tersebut memiliki reliabilitas yang baik (Isma et al., 2023).

Analisis validitas instrument penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Korelasi Pearson Product Moment*. Tingkat signifikasi yang ditetapkan adalah 5% dari nilai *r* table yang digunakan adalah 0,196 yang di tentukan berdasarkan jumlah sample sebanyak 81 responden. Validitas setiap item pertanyaan akan diuji dengan membandingkan koefisien korelasi (*r* hitung) dengan nilai *r* table dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Kriteria validitas adalah *r* hitung lebih besar dari *r* table.

## 4. Hasil Dan Pembahasan

### 4.1 Analisi Data Responden

Usia



**Gambar IV.1**  
Usia Responden  
Sumber: Peneliti

Analisis pada gambar IV.1 menunjukan bahwa distribusi usia responden sebagai berikut: rentan usia 21-31 sebanyak 34 responden, rentan usia 31-42 sebanyak 16 responden, rentan usia 41-51 sebanyak 14 responden, rentan usia 51-61 sebanyak 14 responden, dan rentan usia 61-71 sebanyak 3 responden.

Dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari 81 responden pelanggan atau customer didominasi oleh responden yang rentan usia 21-31 tahun sebanyak 34 responden, diikuti oleh responden yang berusia 31-42 tahun sebanyak 16 responden, selanjutnya rentan usia 41-51 sebanyak 14 responden, selanjutnya rentan usia 51-61 sebanyak 14 responden dan selanjutnya rentan usia 61-71 sebanyak 3 responden.

### 4.2 Uji Validitas

- a) Uji Validitas Indikator Kehandalan (*Reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.

**Table IV.3**  
Indikator kehandalan (*reliability*)

NO	indikator	Item	r hitung	r table	Keterangan
1	kehandalan	1	0,426	0.196	Valid
2		2	0,501		Valid
3		3	0,470'		Valid
4		4	0,425		Valid
5		5	0,187		Tidak valid
6		6	0,269		Valid
7		7	0,678		Valid
8		9	0,258		Valid
9		12	0,491		Valid
10		14	0,602		Valid

Dapat dilihat pada table IV.3 Hasil uji validitas untuk indikator kehandalan (*reliability*) menunjukkan nilai r hitung sebagai berikut: item 1 sebesar 0,426, item 2 sebesar 0,501, item 3 sebesar 0,470, item 4 sebesar 0,425, item 5 sebesar 0,187, item 6 sebesar 0,269, item 7 sebesar 0,678, item 9 sebesar 0,258, item 12 sebesar 0,491, dan item 14 sebesar 0,602. Dari kesimpulan perhitungan, dapat dinyatakan item 5 pada indicator kehandalan (*reliability*) mempunyai data yang tidak valid dengan r hitung lebih kecil dari r table. Dan kesleruhan item table diatas dinyatakan valid.

- b) Uji Validitas Indikator Tanggap (*Responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.

**Table IV.4**  
Indicator tanggap (*responsiveness*)

NO	indikator	item	r hitung	r table	keterangan
1	responsive	10	0,503	0.196	valid
2		11	0,128		Tidak valid
3		13	0,532		valid
4		15	0,448		valid
5		16	0,653		valid
6		17	0,481		valid
7		18	0,660		valid
8		19	0,518		valid
9		20	0,350		valid
10		8	0,502		valid

Pada tabel IV.4, hasil uji validitas untuk indikator tanggap (*responsiveness*) menunjukkan bahwa nilai r hitung adalah sebagai berikut: item 10 sejumlah 0,503, atribut 11 sejumlah 0,128, atribut 13 sejumlah 0,532, atribut 15 sejumlah 0,448, atribut 16 sejumlah 0,653, atribut 17 sejumlah 0,481, atribut 18 sejumlah 0,660, atribut 19 sejumlah 0,518, atribut 20 sejumlah 0,350, dan atribut 8 sejumlah 0,502. Dari hasil perhitungan tersebut, dapat dinyatakan bahwa item pertanyaan 11 pada indicator tanggap (*responsiveness*) mempunyai data yang tidak valid dengan r hitung lebih kecil dari r table dan keseluruhan pertanyaan table diatas dinyatakan valid.

A) Indikator Kehandalan (*reliability*) kuesioner Harapan Atau Kinerja.

**Table IV.5**  
indicator kehandalan (*reliability*)

NO	indikator	Item	r hitung	r table	keterangan
1	kehandalan	3	0,623	0,196	valid
2		4	0,377		valid
3		5	0,149		Tidak valid
4		8	0,508		valid
5		9	0,571		valid
6		10	0,254		valid
7		11	0,276		valid
8		12	0,220		valid
9		14	0,383		valid
10		18	0,208		valid

Dapat dilihat pada table IV.5 Dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada indikator kehandalan (*reliability*) terhadap kuesioner harapan atau kinerja memiliki r hitung pada atribut 3 sejumlah 0,623, atribut 4 sejumlah 0,377, atribut 5 sejumlah 0,149, atribut 8 sejumlah 0,508, atribut 9 sejumlah 0,571, atribut 10 atribut 0,254, atribut 11 sejumlah 0,276, atribut 12 sejumlah 0,220, atribut 14 sejumlah 0,383 dan atribut 18 sejumlah 0,208. Berdasarkan perhitungan tersebut, semua item pertanyaan pada indikator kehandalan (*reliability*) dalam kuesioner harapan atau kinerja menunjukkan item pertanyaan 5 tidak valid, karena nilai r hitung lebih kecil dari pada r table dan keseluruhan item ditabel diatas dinyatakan valid.

B) Indikator Tanggap (*Responsiveness*) kuesioner harapan atau kinerja

**Table IV.6**  
Tanggap (*Responsiveness*)

NO	indikator	item	r hitung	r table	keterangan
1	responsive	1	0,123	0,196	Tidak valid
2		2	0,326		valid
3		7	0,495		valid
4		6	0,481		valid
5		16	0,549		valid
6		13	0,616		valid
7		15	0,359		valid
8		17	0,426		valid
9		19	0,310		valid
10		20	0,417		valid

Pada tabel IV.6, hasil uji validitas untuk indikator tanggap (*Responsiveness*) dalam kuesioner harapan atau kinerja menunjukkan nilai r hitung sebagai berikut: item 1 sebesar 0,123, item 2 sebesar 0,326, item 7 sebesar 0,495, item 6 sebesar 0,481, item 16 sebesar 0,549, item 13 sebesar 0,616, item 15 sebesar 0,359, item 17 sebesar 0,426, item 19 sebesar 0,310, dan item 20 sebesar 0,417. Dari kesimpulan perhitungan tercantum, dapat dinyatakan item 1 dari pertanyaan pada indikator kehandalan (*reliability*) terhadap kuesioner harapan atau kinerja mempunyai data yang tidak valid dengan r hitung lebih kecil dari r table dan keseluruhan dari table diatas tersebut dinyatakan valid.

### 4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam *scientist* ini menggunakan perbandingan nilai korelasinpada *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6, apa bila hasil perhitungan pada nilai koefisien realibilitas  $\geq 0.6$  maka bisa dikatakan bahwa item tersebut memeiliki reliabilitas yang baik (Isma et al., 2023). Hasil uji realibilitas pada 20 item kepuasan pelanggan dan 20 item yang diperoleh dari 81 responden yang menggunakan pelayanan layanan dapat dilihat pada gambar berikut:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	20

Gambar IV.2

Hasil Uji Realibilitas kepuasan pelanggan

Sumber: Peneliti

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.688	20

Gambar IV.3

Hasil Uji Reabilitas harapan/kinerja

Sumber: Peneliti

Teramati gambar IV.2, terlihat bahwa hasil uji reliabilitas untuk 20 item pertanyaan mengenai kepuasan konsumen menunjukkan angka korelasi *Cronbach's Alpha* sebesar 0.786.

Dapat dilihat pada gambar IV.3 bahwa hasil uji realibilitas dari 20 item pertanyaan pada data responden terhadap harapan/kinerja memiliki tingkat korelasi *Cronbach's Alpha* sebesar 0.688.

**4.4 Hasil Perhitungan Data Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI).**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) dipakai guna mengukur kadar kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mengevaluasi kinerja dan tingkat kepentingan atau ekspektasi terhadap atribut-atribut layanan. Dalam menentukan angka CSI, langkah-langkah yang perlu diambil sebagai berikut:

1. Memutuskan *Mean Importance Score* (MIS) beserta *Mean Satisfaction Score* (MSS). *Mean Importance Score* (MIS) adalah mean dari bobot kepentingan masing-masing karakter, sementara *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor kepuasan yang berlandaskan pada penilaian performa layanan oleh konsumen.

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:  
*Y<sub>i</sub>* = Nilai kepentingan atribut Y ke-i  
*n* = Jumlah responden

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Gambar IV.4

Rumus dalam menentukan nilai MIS dan MSS

Sumber:(Risep Khairul Umam & Niluh Putu Hariastuti, 2018)

Menentukan nilai MIS menggunakan M.S. Excel dengan rumus tranpose rata-rata Item kepentingan satu atribut keseluruhan jumlah jawaban pada table kuesioner kepuasan pelanggan dan harapan/kinerja selanjutnya dijumlah dan nilai dari MIS adalah 77,370370370.

Menentukan nilai MSS menggunakan M.S. Excel dengan cara hampir sama yaitu dengan rumus tranpose keseluruhan mean angka untuk tingkat kepuasan yang menggambarkan performa layanan sebagaimana dirasakan oleh konsumen, totalnya adalah pada table jawaban selanjutnya dijumlah dan nilai dari MSS.

2. Menimbang nilai *Weight Factor* (WF) atau factor tertimbang. Besar presentase nilai MIS perindikator terhadap total MIS seleruh indicator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan:  
*MIS<sub>i</sub>* = Nilai rata-rata kepentingan ke-i  
 $\sum_{i=1}^p MIS_i$  = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

Gambar IV.5

Rumus dalam menentukan nilai WF

Sumber: (Risep Khairul Umam & Niluh Putu Hariastuti, 2018)

Menentukan nilai WF yaitu menggunakan M.S. Excel dengan cara nilai rata-rata kepentingan 1 (MIS) dibagi dengan rata-rata jumlah kepentingan 1 per item dikali 100.

3. Menghitung nilai *Weight Score* (WS) atau angka terhitung yang didapat dari mengalikan WF per MEAN tingkat kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSS \dots\dots\dots (4)$$

Keterangan:  
*WFi* = Faktor tertimbang ke-i  
*MPS* = Rata-rata tingkat kepuasan

Gambar IV.6

Rumus dalam menentukan nilai WS

Sumber: (Risep Khairul Umam &amp; Niluh Putu Hariastuti, 2018)

Menentukan nilai WS menggunakan M.S. Excel dengan meperkalikan peritem WF dengan rata-rata nilai kepuasan, dan dijumlah maka nilai WS adalah 398,4472851.

#### 4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p MIS$  = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS = HS (*higest scale*) merupakan skala maksimum yang digunakan

Gambar IV.7

Rumus dalam menentukan nilai CSI

Sumber: (Risep Khairul Umam &amp; Niluh Putu Hariastuti, 2018)

Menentukan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan M.S. Excel dengan rata-rata skor kepentingan MIS dibagi dengan *higest score* (5) lalu dikalikan 100 dan ditemukan nilai CSI yaitu 7968,9457.

Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dibulatkan adalah 79,68%. Nilai CSI diperoleh dari jumlah WS di bagi 5 (linkert 5) dikali 100 dan hasil nya 79,68%, 20 pertanyaan kepuasan mendaftarkan nilai 3,86%, dan 20 pertanyaan harapan atau kinerja mendaftarkan nilai mean 3,98% yang dapat diartikan puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT Abirama Mulia Persada.

#### 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan service mesin cetak Kyocera pada PT. Abirama Mulia Persada menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI), peneliti mendapatkan hasil akhir atau kesimpulan yang diperoleh dari analisis data yang dikumpulkan dari responden. Temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji validitas pada setiap item pertanyaan kuesioner menunjukkan hasil yang valid dengan nilai r hitung yang lebih besar dari r table.
2. Hasil uji reliabilitas pada setiap item pertanyaan kuesioner menunjukkan hasil yang realibel yang ditunjukkan pada nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 >.
3. Penilaian terhadap kepuasan pelanggan terhadap pelayanan service menunjukkan hasil positif dengan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 79,68%.
4. Hasil indikator kehandalan (*reliability*), tanggap (*Responsiveness*), indikator kehandalan (*reliability*), tanggap (*Responsiveness*) terhadap kuesioner harapan atau kinerja, indikator kehandalan (*reliability*) terhadap kuesioner harapan atau kinerja mendapatkan hasil indikator yang baik.
5. Diketahui bahwa hasil penelitian ini mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan service mesin cetak Kyocera di PT. Abirama Mulia Persada dengan menunjukan hasil setiap penilaian menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

#### Daftar Pustaka

- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, & Haris Hermawan. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Vol. 9, Issue 2). Desember Hal.
- Amina Juhira, Nurrtika Meinitasari, Fadel Iqbal Fauzi, & Abdul Yusuf. (2021). Pengaruh e-service quality terhadap kepuasan pelanggan di aplikasi e-commerce Shope. *JURNAL MANAJEMEN*, 13(1). <https://kominfo.go.id>,
- Andi Asari, Donal Nababan, Ade Putra Ode Amame, Jiarti Kusbandiya, Nana Citrawati Lestari, Lesi Hertati, Maswar, Baiq Fina Farlina, Aditya Pandowo, Martin Luter Purba, Zulkarnaini, & A. Nur Asri Ainun. (2023). *DASAR PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMNE PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>

- Dedy, A., & Alfandi, Y. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS HOTEL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SARI ATER HOT SPRINGS RESORT CIATER. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 4, Issue 1). <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Diana Rapisari. (n.d.). *DIGITAL MARKETING BERBASIS APLIKASI SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN APPLICATION BASED DIGITAL MARKETING AS A STRATEGY TO IMPROVE CUSTOMER SATISFACTION*.
- Ika Tirta Candra Rini, & Nurhadi Nugroho. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indah Logistik Cargo. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 117–127. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1878>
- Isma, S., Sobari, T., Yuliani, W., & Studi Bimbingan dan Konseling IKIP Siliwangi, P. (2023). *UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS ANGGKET KEMANDIRIAN BELAJAR*. 6(6). <https://doi.org/10.22460/fokusv6i6.11561>
- Made Nanda Pranata, Amna Hartiati, & Cokorda Anom Bayu Sadyasmara. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Analysis of Customer Satisfaction on Quality Products and Services at Voltvet Eatery and Coffee using The Method of Customer Satisfaction Index (CSI)*.
- Made Nanda Pranata, Amna Hartiati, & Cokorda Anom Bayu Sadyasmara. (2022). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA RUDANG HOTEL BERASTAGI MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI). *Jurnal Teknik Informasi Dan Komputer (Tekinkom)*, 5(1), 147. <https://doi.org/10.37600/tekinkom.v5i1.511>
- Mustikasari, A. (2020). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Food Court UNY)*. XIII(1).
- Nur Cahyo, K., & Riana, E. (2019). Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan Pada PT Brainmatics Cipta Informatika. In *Journal of Information System Research (JOSH)* (Vol. 1, Issue 1).
- Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, & Kamaluddin Abunawas. (2023). KONSEP UMUM POPULASI DAN SAMPLE DALAM PENELITIAN. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14.
- Ria Setyawati. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen*.
- Ridho Muhammad Havidh Nst, M. Isya, & Sofyan M. Saleh. (2022). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Gap pada Kualitas Pelayanan Bus Listrik Feeder Trans Koetaradja. *Universitas Syiah Kuala Jalan Syech Abdurrauf*, 4(3).
- Risep Khairul Umam, & Niluh Putu Hariastuti. (2018). *ANALISA KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*.
- Royyan Firdaus, Atik Wahyuni, & Julistyana Tistogondo. (2021). *ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN BUS RAPID TRANSIT ,SURABAYA (Studi Kasus : Pelayanan Bus Surabaya)*. 9.
- Sari, M., Rachman, H., Juli Astuti, N., Win Afgani, M., & Abdullah Siroj, R. (2022). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Yuli Asbar, & Mochamad Ari Saptari. (2017). Analisa Dalam Mengukur Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode PIECES. *Jurnal Visioner & Strategis*, 6(2).