

**KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT KERETA API LOGISTIK**

TUGAS AKHIR



**POLITEKNIK TRANSPORTASI DARAT BALI
D- III MANAJEMEN LOGISTIK**

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT KERETA API LOGISTIK**

Disusun Oleh :

FAUZAN RADITHYA ARADHANA
2202056

Disetujui untuk diajukan pada
Seminar Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Logistik

Menyetujui:

DOSEN PEMBIMBING I

DOSEN PEMBIMBING II



Dynes Rizky Navianti, S.Si., M.Si
NIP.19900708 201902 2 002

Tanggal : 25 Juni 2025



Ni Luh Darmayanti, S.Kep., Ns., M.M.
NIP.19870513 201902 2 001

Tanggal : 25 Juni 2025

Ditetapkan di : Tabanan

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KERETA API
LOGISTIK**

Telah dipersiapkan dan disusun oleh :

FAUZAN RADITHYA ARADHANA
2202056

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji


Pada Tanggal: 8 Juli 2025

Dan Dinyatakan Lulus Dan Memenuhi Syarat

Tim Penguji



Handoko, M.M.
NIP. 197104302006041001



Dynes Rizky Navian, S.Si., M.Si.
NIP. 19900708 201902 2 002



Ahmad Spingun, S.T., M.T.
NIP. 19900407 201902 1 001



Ni Luh Darmayanti, S.Kep., Ns., M.M.
NIP. 19870513 201902 2 001

Mengetahui,
**KETUA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN LOGISTIK**

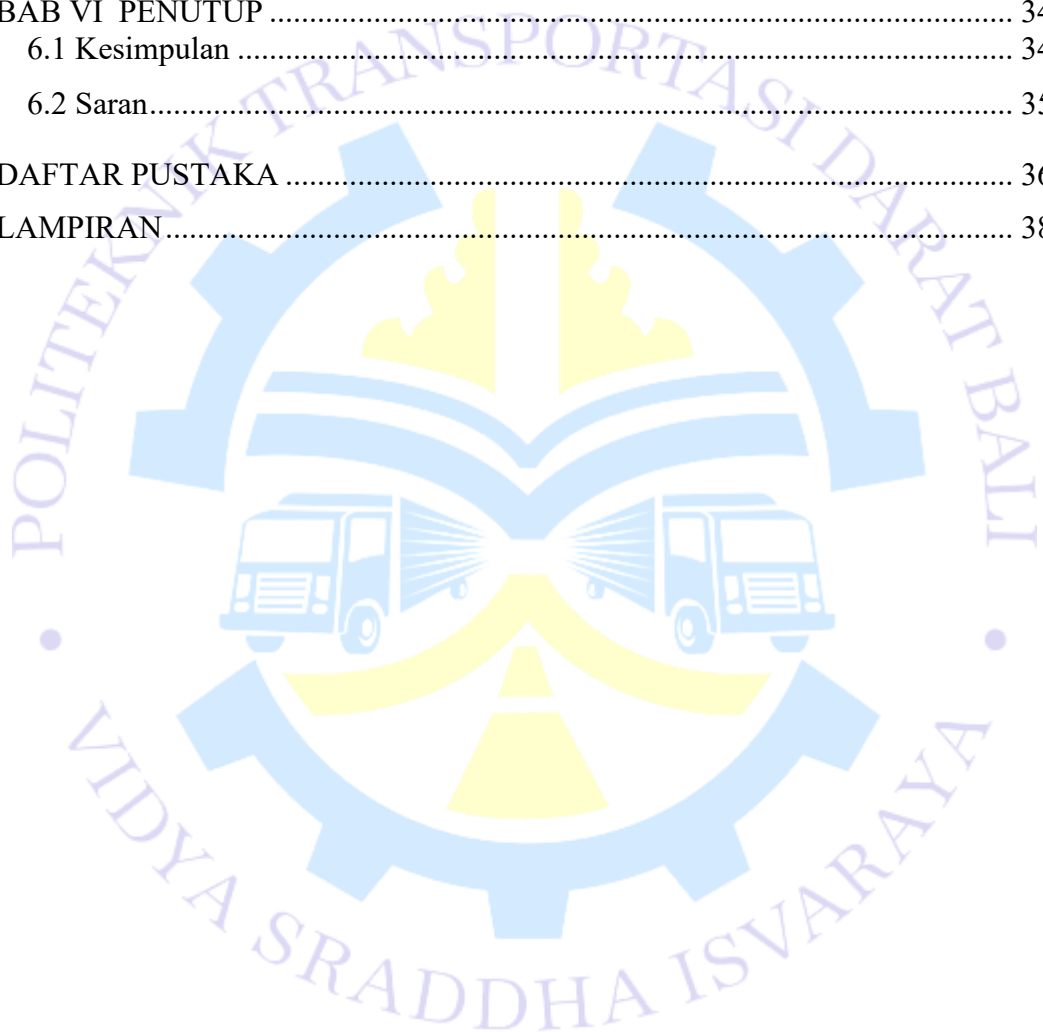


Nengah Widiangga Gautama, S.T., M.T.
NIP. 19781209 200912 1 002

DAFTAR ISI

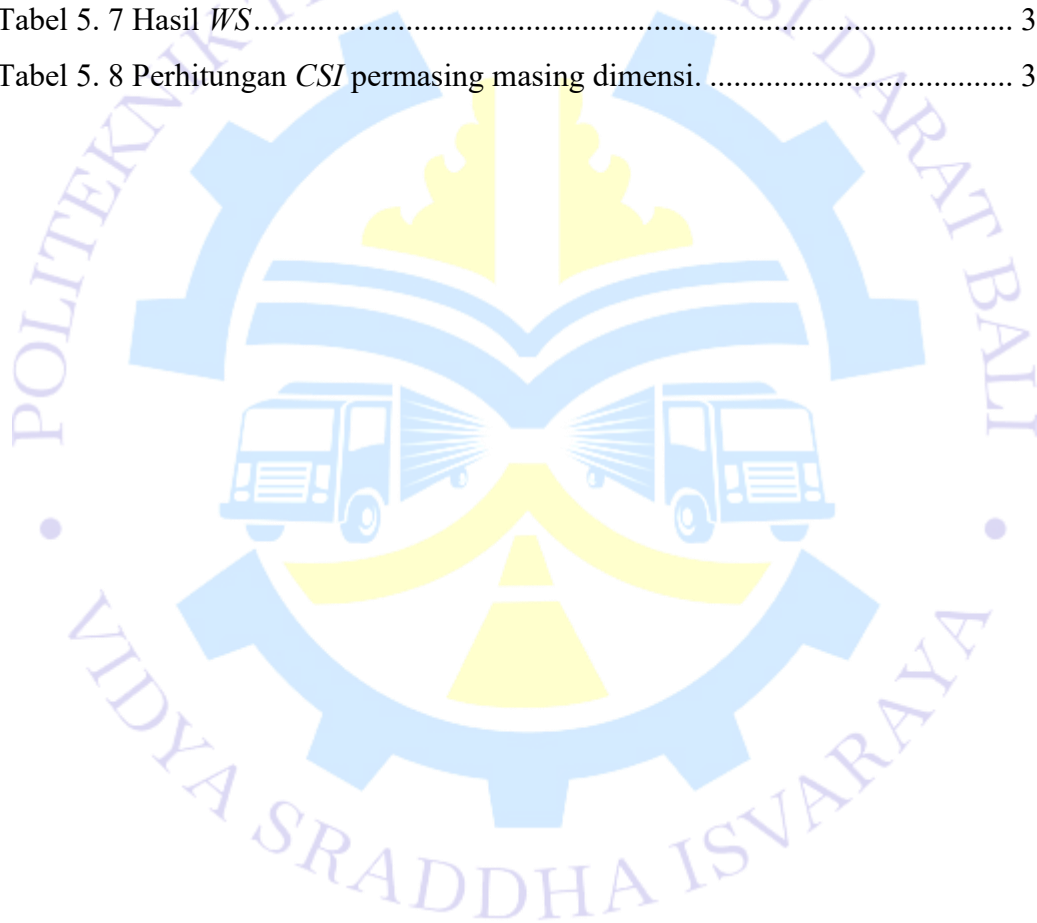
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM.....	6
2.1 Kondisi Wilayah.....	6
2.2 Kondisi Objek Penelitian.....	7
BAB III TINJAUAN PUSTAKA.....	8
3.1 Kepuasan Pelanggan.....	8
3.2 Penentuan Sampel.....	8
3.4 Customer Satisfaction Index (CSI).....	10
3.5 Penelitian Terdahulu.....	13
BAB IV METODE PENELITIAN.....	15
4.1 Sumber dan Teknik pengumpulan data.....	15
4.2 Pengambilan Sampel.....	16
4.2 Metode Analisis Data.....	16
4.3 Bagan Alir.....	18
4.4 Timeline Kegiatan.....	19

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	20
5.1 Kepuasan Pelanggan Terhadap Harga.....	20
5.2 Kriteria Responden.....	22
5.3 Uji Validitas	26
5.4 Uji Reliabilitas.....	26
5.5 Perhitungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.	27
BAB VI PENUTUP	34
6.1 Kesimpulan	34
6.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN.....	38



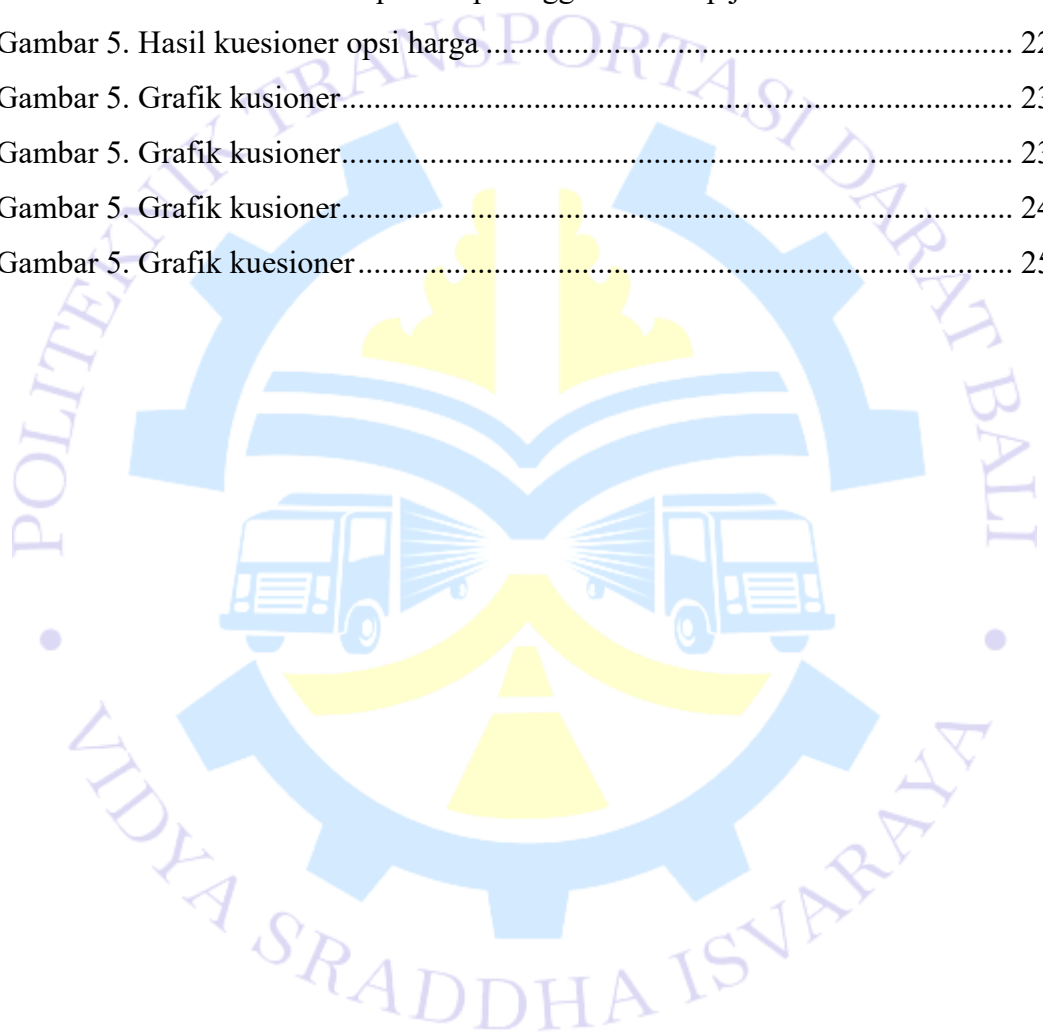
DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Uji validitas	26
Tabel 5. 2 Hasil uji reliabilitas	27
Tabel 5. 3 Perhitungan <i>MIS</i>	27
Tabel 5. 4 Perhitungan <i>MSS</i>	28
Tabel 5. 5 Hasil perhitungan <i>WF</i>	29
Tabel 5. 6 Perhitungan <i>WS</i>	30
Tabel 5. 7 Hasil <i>WS</i>	31
Tabel 5. 8 Perhitungan <i>CSI</i> permasing masing dimensi.	31



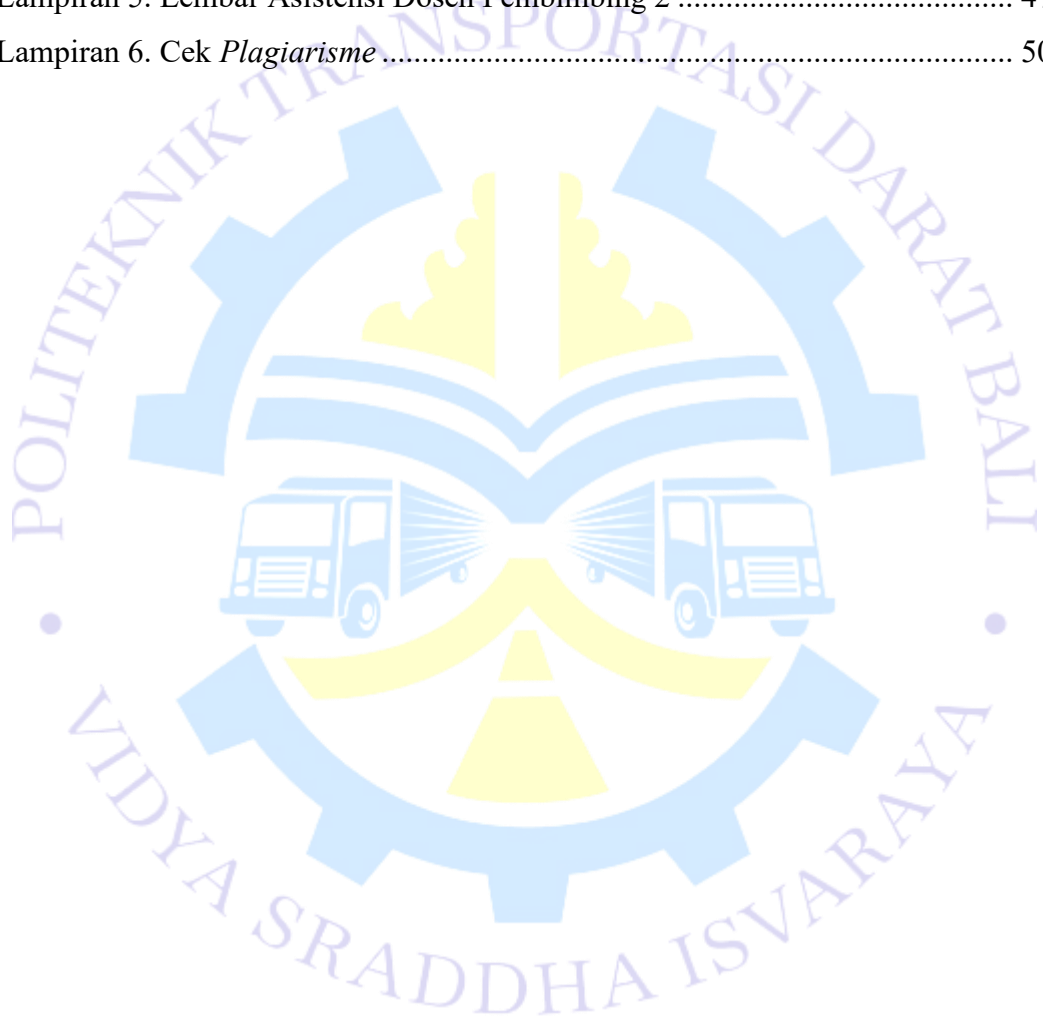
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Lokasi penelitian	6
Gambar 2. Bagan alir	18
Gambar 3. Hasil kuesioner kepuasan pelanggan.....	20
Gambar 4. Hasil kuesioner kepuasan pelanggan terhadap jasa.....	21
Gambar 5. Hasil kuesioner opsi harga	22
Gambar 5. Grafik kusioner.....	23
Gambar 5. Grafik kusioner.....	23
Gambar 5. Grafik kusioner.....	24
Gambar 5. Grafik kusioner.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi pengambilan data.....	38
Lampiran 2. Lembar Kuesioner	39
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	43
Lampiran 4. Lembar Asistensi Dosen Pembimbing 1	44
Lampiran 5. Lembar Asistensi Dosen Pembimbing 2	47
Lampiran 6. Cek <i>Plagiarisme</i>	50



INTISARI

KEPUASAN PELANGGAN PADA

PT KERETA API LOGISTIK

Oleh:

Fauzan Raditya Aradhana
2202056

PT Kereta Api Logistik (KALOG), sebagai anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero), memiliki peran strategis dalam mendukung distribusi barang melalui moda transportasi kereta api. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan penyedia jasa logistik. Dua aspek penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah kepuasan harga dan kualitas pelayanan. Penelitian ini menganalisis pengaruh kepuasan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Kereta Api Logistik. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 responden dan dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kepuasan positif terhadap harga dan layanan, dengan nilai CSI sebesar 86,41%, yang tergolong sangat puas. Kedua faktor tersebut terbukti berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini dapat menjadi dasar peningkatan strategi layanan dan penetapan harga perusahaan.

Kata kunci: Pelayanan, kepuasan pelanggan, *Customer Satisfaction Index*

ABSTRACT

CUSTOMER SATISFACTION AT PT LOGISTICS TRAINS

By:

Fauzan Raditya Aradhana

2202056

PT Kereta Api Logistik (KALOG), as a subsidiary of PT. Indonesian Railways (Persero), has a strategic role in supporting the distribution of goods through rail transportation modes. Customer satisfaction is one of the main factors that affect the success of logistics service providers. Two important aspects that contribute to customer satisfaction are price perception and service quality. This study analyzes the influence of price perception and service quality on customer satisfaction at PT Kereta Api Logistik. Data was collected through questionnaires to 100 respondents and analyzed using the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The results show that customers have a positive perception of price and service, with a CSI value of 86.41%, which is classified as very satisfied. Both factors have been proven to contribute significantly to customer satisfaction. These findings can be the basis for improving the company's service and pricing strategy.

Keywords: *Price perception, service, customer satisfaction, Customer Satisfaction Index*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Logistik merupakan salah satu komponen kunci dalam rantai pasok yang berperan penting dalam menjamin kelancaran distribusi barang dari produsen ke konsumen. Dalam konteks ekonomi modern, logistik tidak hanya terbatas pada aktivitas pengangkutan barang, tetapi juga mencakup proses perencanaan, pengadaan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, hingga layanan purna jual. Efisiensi dalam sistem logistik sangat menentukan daya saing suatu perusahaan, karena mampu menekan biaya operasional, mempercepat waktu pengiriman, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengelolaan logistik yang efektif menjadi kebutuhan utama bagi pelaku usaha di berbagai sektor, terutama di era digital dan perdagangan saat ini.

Dalam era globalisasi dan perkembangan ekonomi digital seperti ini, sektor logistik memiliki peran yang sangat krusial dalam mendukung kelancaran rantai pasok. Logistik tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan pemindahan barang dari satu titik ke titik lainnya, tetapi juga mencakup seluruh proses perencanaan, pengadaan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, hingga layanan purna jual. Efisiensi dan efektivitas logistik menjadi faktor utama dalam menentukan daya saing suatu perusahaan, baik dalam lingkup nasional maupun internasional.

Seiring meningkatnya kebutuhan distribusi barang dan jasa, perusahaan jasa logistik dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan terjangkau. Dalam konteks ini, PT Kereta Api Logistik (KALOG), sebagai anak perusahaan dari PT Kereta Api Logistik (KALOG), memiliki peran strategis dalam menyediakan solusi logistik berbasis moda kereta api yang andal dan efisien. Dengan cakupan layanan yang luas dan didukung oleh infrastruktur transportasi darat yang kuat, PT KALOG menjadi salah satu alternatif utama dalam pengangkutan barang antar wilayah di Indonesia.

Namun demikian, dalam menghadapi dinamika dan persaingan yang semakin ketat di industri logistik, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memiliki keunggulan operasional, tetapi juga harus mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Dua faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap harga dan kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan berkaitan dengan penilaian pelanggan terhadap kewajaran harga yang dibayarkan dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh, sedangkan kualitas pelayanan mencakup aspek keandalan, kecepatan, komunikasi, serta kemampuan perusahaan dalam menangani kebutuhan pelanggan secara profesional.

Perkembangan industri logistik di Indonesia semakin pesat seiring dengan pertumbuhan sektor perdagangan dan ekonomi digital. PT Kereta Api Logistik (KALOG), sebagai anak perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero), memiliki peran strategis dalam mendukung distribusi barang melalui moda transportasi kereta api. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, PT KALOG dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan menetapkan harga yang kompetitif guna menjaga kepuasan serta loyalitas pelanggan (Supriatna, 2024).

Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keberhasilan penyedia jasa logistik. Dua aspek penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kepuasan pelayanan terhadap harga mencerminkan bagaimana pelanggan menilai kesesuaian antara harga yang dibayar dengan manfaat yang diterima. Sementara itu, pelayanan mencakup kecepatan, ketepatan, keandalan, serta kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Muhtarom, Syairozi and Wardani, 2022).

Jika pelanggan merasa bahwa harga yang ditawarkan tidak sepadan dengan layanan yang diterima, maka kepuasan cenderung menurun dan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Sebaliknya, pelayanan yang prima dapat meningkatkan kepuasan meskipun harga relatif lebih tinggi. Oleh karena itu, penting bagi PT KALOG untuk memahami hubungan antara, pelayanan, dan tingkat kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam menyusun strategi bisnis yang berkelanjutan (Studi *et al.*, 2023).

Dalam praktiknya, PT KALOG telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan menyusun strategi harga yang kompetitif. Namun, kenyataannya masih terdapat keluhan dan respon negatif dari sebagian pelanggan terkait ketepatan waktu pengiriman, kejelasan informasi, serta respon perusahaan terhadap keluhan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan evaluasi lebih mendalam mengenai sejauh mana kepuasan pelanggan terhadap harga dan pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mereka.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan, penulis memiliki ketertarikan untuk merancang sebuah penulisan tugas akhir dengan judul “**KEPUASAN PELANGGAN PADA PT KERETA API LOGISTIK**”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk rekomendasi strategis bagi perusahaan untuk menyusun kebijakan harga dan meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, sehingga dapat memperkuat posisi PT KALOG sebagai penyedia jasa logistik yang unggul dan terpercaya di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kepuasan terhadap harga oleh pelanggan PT Kereta Api Logistik?
2. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Logistik terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian memberikan manfaat yang maksimal, maka perlu dirumuskan secara jelas tujuan yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan terhadap harga layanan yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Logistik;
2. Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT KAI Logistik dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan;

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi PT Kereta Api Logistik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperkaya literatur mengenai pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam konteks industri logistik.

2. Bagi Politeknik Transportasi Darat Bali

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi atau bahan pembelajaran lanjutan, khususnya bagi Mahasiswa Politeknik Transportasi Darat Bali pada program studi Manajemen Logistik.

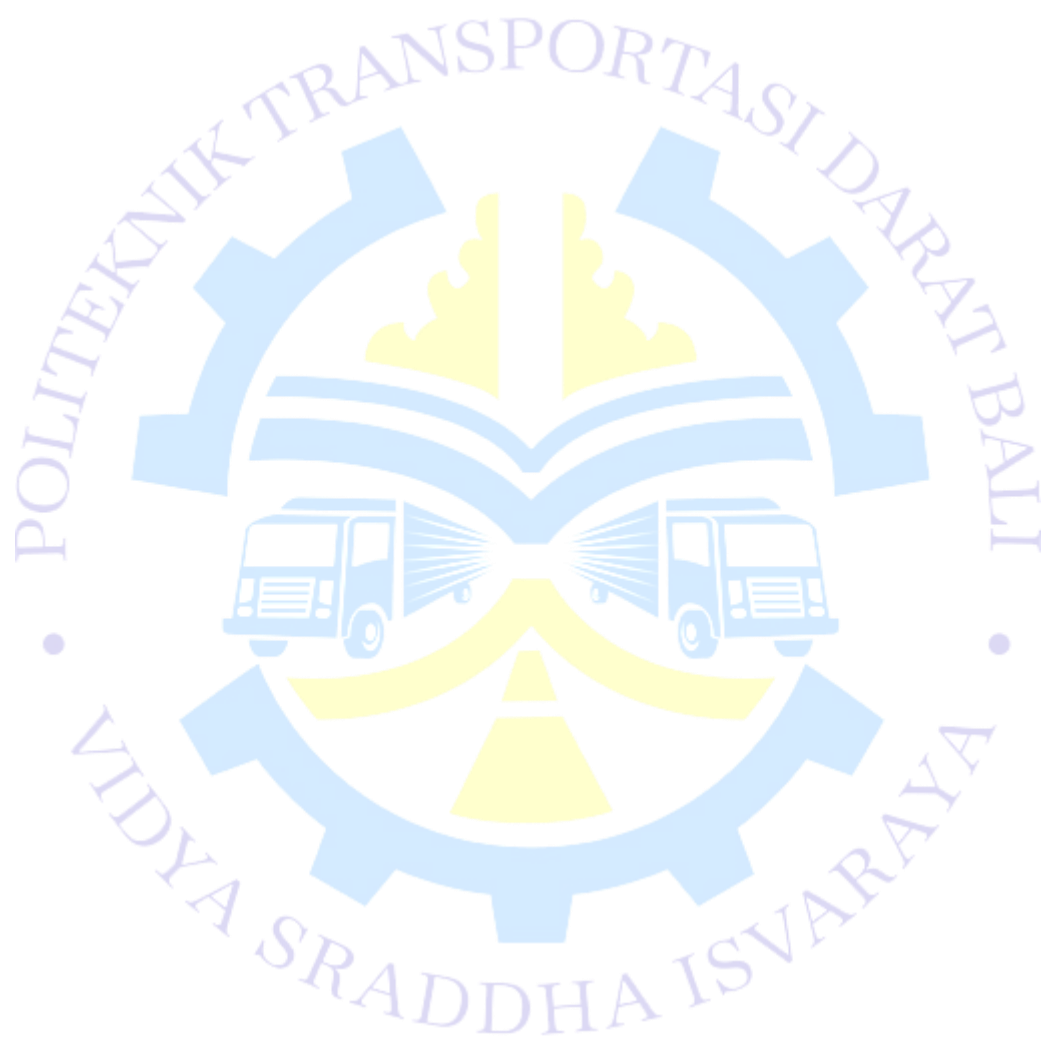
3. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini bermanfaat dalam memperluas pemahaman serta wawasan terkait proses logistik di Indonesia melalui PT Kereta Api Logistik.

1.5 Batasan Masalah

1. Penelitian ini hanya akan membahas kepuasan pelanggan terhadap harga layanan yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Logistik, terutama mengenai kewajaran harga dan kompetitivitas harga dibandingkan dengan layanan yang diberikan.

2. Penelitian ini akan fokus hanya pada aspek kualitas pelayanan PT Kereta Api Logistik, yang meliputi kecepatan pengiriman, responsivitas pelayanan, dan kemudahan komunikasi dengan pelanggan.



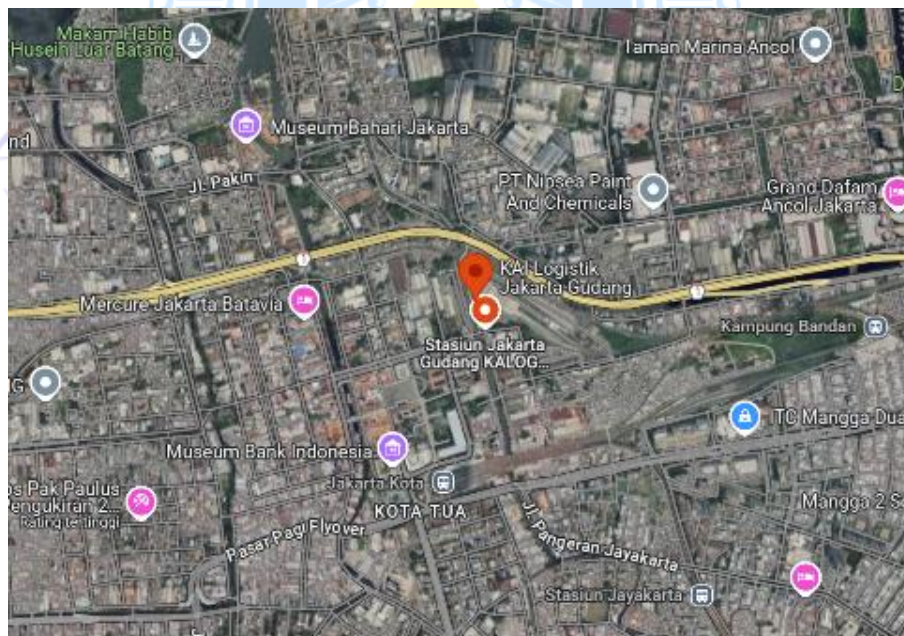
BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 Kondisi Wilayah

Lokasi penelitian dilakukan di PT Kereta Api Logistik Jakarta Gudang yang berlokasi di Kompleks Pergudangan Kereta Api Kp. Bandan, RT.2/RW.4, Ancol, Kec. RT.2/RW.4, Ancol, Kec. Pademangan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Berikut merupakan lokasi PT. Kereta Api Logistik yang bergerak dalam bidang logistik dan transportasi barang yang disajikan dalam Gambar 1.

Kondisi wilayah dalam penelitian ini secara geografis adalah lokasi yang memiliki posisi yang sangat strategis karena terletak di kawasan pusat logistik nasional, tidak jauh dari pelabuhan Tanjung Priok, dan memiliki keterhubungan langsung dengan jalur rel kereta api barang serta jaringan jalan utama. Kedekatan lokasi ini dengan pelabuhan dan jalan tol menjadikan Jakarta Gudang sebagai titik vital dalam aktivitas distribusi dan konsolidasi logistik baik untuk kebutuhan domestik maupun ekspor-impor.

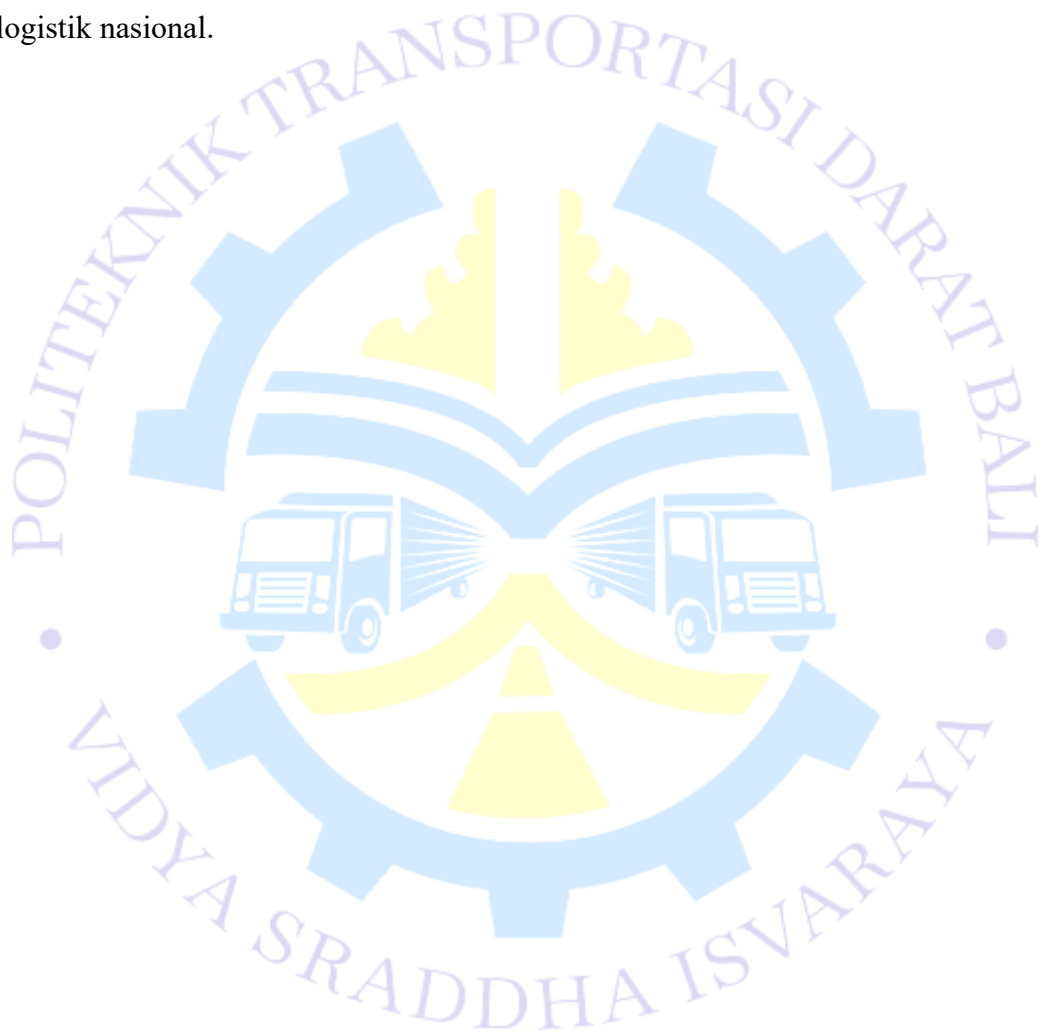


(Sumber : Google maps)

Gambar 1. Lokasi penelitian

2.2 Kondisi Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah PT Kereta Api Jakarta Gudang, yang berada di bawah pengelolaan PT Kereta Api Logistik (Persero). PT KALOG merupakan anak perusahaan resmi BUMN yang bergerak di bidang jasa logistik berbasis moda kereta api, serta menjadi bagian penting dalam sistem distribusi logistik nasional.



BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran yang mencerminkan tingkat perasaan atau respons emosional konsumen setelah mereka membandingkan antara harapan awal terhadap suatu produk atau layanan dengan kenyataan atau pengalaman yang mereka peroleh (Trilaksono and Prabowo, 2022). Dengan kata lain, kepuasan pelanggan terjadi apabila kinerja produk atau jasa mampu memenuhi, atau bahkan melebihi, ekspektasi pelanggan.

Pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki kepuasan positif terhadap perusahaan, dan hal ini menjadi dasar penting bagi terciptanya loyalitas. Kepuasan yang tinggi akan mendorong pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau layanan yang sama, serta berpotensi merekomendasikannya kepada orang lain, baik melalui komunikasi langsung maupun melalui media sosial. Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata publik secara lebih luas (Gultom, Arif and Muhammad Fahmi, 2020).

3.2 Penentuan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Bila sampel tidak representatif, maka ibarat orang buta disuruh menyimpulkan karakteristik gajah. Satu orang memegang telinga gajah, maka ia menyimpulkan gajah itu seperti kipas. Orang kedua memegang badan gajah, maka ia menyimpulkan gajah itu seperti tembok besar. Satu orang lagi memegang ekornya, maka ia menyimpulkan gajah itu kecil seperti seutas tali.

Begitulah kalau sampel yang dipilih tidak representatif, maka ibarat 3 orang buta itu yang membuat kesimpulan salah tentang gajah. Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara skematis (Prof. Dr. Sugiyono, 2022).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kusioner secara langsung kepada responden yang memenuhi kriteria. Instrumen kusioner disusun dengan menggunakan skala likert, guna mengukur kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Logistik. Dengan teknik sampling dan jumlah tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran yang obyektif, sistematis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan logistik PT Kereta Api Logistik.

Secara umum, populasi diartikan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Populasi dapat berupa individu, kelompok, institusi, maupun yang menjadi fokus dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh pengguna jasa layanan PT Kereta Api Logistik, khususnya yang pernah menggunakan layanan logistik di lokasi Jakarta Gudang, DAOP 1 Jakarta. Sementara itu, sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sofyani, 2023). Apabila penelitian memiliki populasi yang tidak terbatas atau belum diketahui secara pasti jumlahnya, maka penentuan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 - P(1-P)}{d^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n : jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian

Z : nilai z pada tingkat kepercayaan 95%, yaitu sebesar 1,96

P : proporsi maksimum yang diperkirakan, digunakan nilai 50%, yaitu 0,5
d : batas kesalahan pengambilan sampel (sampling error) sebesar 10% atau 0,10

3.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Dalam metode ini untuk mengukur tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan menggunakan kriteria nilai oleh konsumen (Setiawan, Yamani and Winati, 2022). Keunggulan dari metode ini bukan hanya mampu mengukur tingkat kepuasan, tetapi juga memberikan informasi mengenai atribut-atribut yang diharapkan.

Keunggulan metode *CSI* terletak pada kemampuannya dalam menyajikan ukuran agregat dalam bentuk presentase, sehingga hasilnya mudah ditafsirkan dan digunakan oleh manajemen sebagai dasar pengambilan keputusan strategis. Semakin tinggi nilai *CSI*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Adapun tahapan-tahapan dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah sebagai berikut:

1. Menghitung *Mean Importance score (MIS)*

Tahapan pertama dalam mendukung perhitungan akhir dari metode *CSI*, tahapan ini yaitu menghitung *MIS*. Berikut ini merupakan perhitungan dari *MIS*.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (3.2)$$

Keterangan:

Y_i = Nilai tingkat kepentingan setiap item pertanyaan.

n = Jumlah responden.

MIS merupakan rata-rata dari total nilai kepentingan yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan. Perhitungan *MIS* dilakukan dengan membagi total nilai kepentingan dengan jumlah responden yang menjadi sampel penelitian.

2. Menghitung *Mean satisfaction score (MSS)*

Langkah kedua dalam menunjang perhitungan akhir menggunakan metode *CSI* adalah menghitung nilai *MSS*. Adapun rumus perhitungan *MSS* disajikan sebagai berikut :

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n} \quad (3.3)$$

Keterangan:

Xi = Nilai tingkat kepuasan setiap item pertanyaan

n = Jumlah responden.

MSS merupakan nilai rata-rata yang diperoleh dari total skor kepuasan setiap butir pertanyaan. Perhitungan *MSS* dilakukan dengan membagi jumlah keseluruhan nilai kepuasan dengan jumlah responden yang dijadikan sampel penelitian.

3. Menghitung *Weight factor (WF)*

Langkah ketiga dalam menunjang proses perhitungan metode *CSI* adalah menghitung nilai *WF*. Adapun rumus perhitungan *WF* disajikan sebagai berikut:

$$WF = \frac{MIS}{\sum MIS} = 100\% \quad (3.4)$$

Keterangan:

MIS = Nilai rata-rata kepentingan

MIS merupakan rata-rata dari nilai kepentingan. Dalam perhitungan tersebut, nilai *WF* atau bobot tertimbang diperoleh dengan membagi rata-rata nilai kepentingan dari setiap item pertanyaan dengan total rata-rata seluruh nilai kepentingan.

4. Menghitung *Weight score (WS)*

Langkah keempat dalam mendukung proses perhitungan metode *CSI* adalah menghitung nilai *WS*. Berikut ini merupakan rumus perhitungan *WS*.

$$WS = WF \times MSS \quad (3.5)$$

Keterangan:

WF = Nilai tertimbang

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai WS diperoleh dengan mengalikan WF (bobot tertimbang) dengan MSS (nilai rata-rata kepuasan).

5. Menghitung *Customer satisfaction index (CSI)*

Tahapan terakhir dalam mendukung perhitungan dari metode *CSI*. Tahapan tersebut adalah menghitung *CSI*. Berikut ini perhitungan dari *CSI*.

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\% \quad (3.6)$$

Keterangan:

WS = Total Weight Score (WS)

HS = Nilai maksimal skala likert.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, nilai *CSI* diperoleh dengan membagi total WS dengan nilai maksimum pada skala Likert. Hasil dari perhitungan ini disajikan dalam bentuk persentase.

3.5 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang diacu pada penelitian ini:

Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Gap Analisis
1	Fery Siswandi, Hari Muharam, Sufrin Hanan	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan	Regresi linear berganda	Kualitas produk (X1), dan kualitas pelayanan (X3) berperan positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Y).	<ul style="list-style-type: none">• Perbedaan variabel yang digunakan• Lokasi penelitian yang berbeda
2	Lala Nurmala, Abu Sayid Yusuf dan Eman Sulaeman (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pelayanan Driver Grab	Regresi linear berganda	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none">• Perbedaan penggunaan metode penelitian, jenis pelayanan• Objek penelitian yang berbeda

No.	Penulis	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Gap Analisis
3	Rizky Maulana, Marheni Eka Saputri (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Karawang	Deskriptif Kuantitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel strategi pemasaran, kualitas pelayanan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Karawang. • Variabel kualitas pelayanan, dan strategi pemasaran berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan Karawang dengan koefisien determinasi sebesar 73,3%. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perbedaan jenis layanan, Lokasi penelitian yang berbeda • Objek penelitian yang berbeda

(Sumber: Penulis, 2025)