

Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Mutiara Laundry Dengan Metode Customer Satisfaction Index

Rizky Rinaldi^{a*}

*Email : rizkyrinaldi055@gmail.com

Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi
Jl. Jend. Gatot Subroto KM 4.5 Sei Sikambang, Kota Medan, Indonesia¹

Intisari

Salah satu yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dalam pelayanan jasa, seringkali ada keluhan yang terjadi dari pelanggan pengguna jasa laundry yang dirugikan akibat kelalaian penyedia jasa laundry. Oleh sebab itu perlu adanya suatu sistem yang mampu menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan indikator pelayanan kepada pelanggan sehingga pihak jasa laundry dapat melakukan evaluasi tiap bulannya terhadap pelayanan-pelayanan yang telah diberikan pihak jasa laundry. Sistem pendukung keputusan merupakan pasangan intelektual dari sumber daya manusia yang dijalankan pada kemampuan komputer dalam pencarian suatu keputusan. Pada sistem pendukung keputusan banyak metode yang dapat digunakan, salah satunya metode Customer Satisfaction Index (CSI). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa metode Customer Satisfaction Index (CSI) dapat membantu dalam proses analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa Mutiara Laundry. Penerapan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dalam sistem pendukung keputusan ini mampu memberikan hasil yang baik sehingga dapat mempermudah pihak Mutiara Laundry Batang Kuis dalam menganalisis tingkat kepuasan pelanggan.

Kata kunci:

Sistem Pendukung Keputusan, Kepuasan, Pelanggan, Jasa Laundry, Customer Satisfaction Index

Tentang naskah:

-di terima, 00 Des. 20nn
-diterbitkan, 00 Des. 20nn

Keyword:

Decision Support System, Satisfaction, Customers, Laundry Services, Customer Satisfaction Index

Abstract

One that affects the increase and decrease in customers is the level of customer satisfaction in service, there are often complaints that occur from customers who use laundry services who are harmed by the negligence of laundry service providers. Therefore it is necessary to have a system that is able to analyze the level of customer satisfaction and service indicators to customers so that the laundry services can evaluate each month the services that have been provided by the laundry services. Decision support systems are the intellectual counterpart of human resources that run on computer capabilities in making a decision. There are many methods that can be used in decision support systems, one of which is the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The Customer Satisfaction Index (CSI) method is an index to determine the overall level of customer satisfaction with an approach that takes into account the level of importance of the measured product or service attributes. Based on the results of this study it is known that the Customer Satisfaction Index (CSI) method can assist in the process of analyzing the level of customer satisfaction with Mutiara Laundry services. The application of the Customer Satisfaction Index (CSI) method in this decision support system is able to provide good results so that it can make it easier for Mutiara Laundry Batang Kuis to analyze the level of customer satisfaction.

1. Pendahuluan

Penulisan di zaman modern ini, perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat telah berdampak pada semakin banyaknya unit usaha baru yang di rilis masyarakat baik berskala kecil, menengah maupun berskala besar. Fenomena tersebut, diikuti dengan pesatnya perkembangan penyediaan jasa cucian laundry kiloan. Keberadaan jasa laundry kiloan tersebut, mampu menunjang kebutuhan para pelanggan untuk mencuci

pakaiannya. Usaha laundry kiloan semakin tumbuh dan melejit di berbagai lokasi mulai dari tempat terpencil sampai tempat keramaian. Cuci laundry kiloan ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat sekarang ini yang ingin serba praktis, karena tuntutan kesibukan dari berbagai kalangan contohnya seperti para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan negeri maupun swasta. Semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur

waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang memiliki kemampuan manajerial dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal-hal yang dianggap sepele namun berpengaruh besar (Cesariana et al., 2022).

Beragam faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu. Dalam hal ini, para konsumen cenderung memilih perusahaan yang dapat memberikan kualitas baik dalam hal pelayanan. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi para pelaku usaha untuk kelangsungan usahannya. Dalam konteks lain dikatakan kepuasan pelanggan yaitu selaku reaksi pelanggan terhadap penilaian ketidaksesuaian yang dirasakan pelanggan antara harapan serta kinerja aktual jasa. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam keberhasilan usahanya (Yustiani et al., 2022).

Dari data perusahaan jumlah pelanggan Mutiara Laundry dari periode Mei 2022 – Agustus 2023 mengatakan bahwa, adanya kenaikan dan penurunan jumlah pelanggan Mutiara Laundry, Batang Kuis. Salah satu yang mempengaruhi kenaikan dan penurunan pelanggan adalah tingkat kepuasan pelanggan dalam pelayanan jasa, seringkali ada keluhan yang terjadi dari pelanggan pengguna jasa laundry yang dirugikan akibat kelalaian penyedia jasa laundry. Namun keluhan ini tidak sampai pada pertanggung jawaban dan tidak tersampaikan dengan baik kepada penyedia jasa laundry sehingga menyebabkan menurunnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa laundry.

Pada Mutiara Laundry belum memiliki sistem yang mampu menganalisa kepuasan pelanggan, hal ini menyebabkan kurangnya inovasi dan perbaikan pelayanan pada Mutiara Laundry. Oleh sebab itu perlu adanya suatu sistem yang mampu menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dan indikator pelayanan kepada pelanggan sehingga pihak jasa laundry dapat melakukan evaluasi tiap bulannya terhadap pelayanan-pelayanan yang telah diberikan pihak jasa laundry.

Sistem ialah suatu prosedur atau elemen yang saling tekoneksi satu dengan yang lain, dimana dalam sebuah sistem terdapat satu masukan, proses dan

keluaran, untuk mencapai suatu tujuan yang diharapkan. Keputusan adalah suatu akhiran dari pada proses pemikiran pada suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan suatu alternatif (F. P. Sihotang & Oktarina, 2022). Sistem tersebut bernama sistem pendukung keputusan atau dalam bahasa inggris disebut dengan *decision support system*.

Secara umum sistem pendukung keputusan (*decision support system*) merupakan pasangan intelektual dari sumber daya manusia yang dijalankan pada komputer dalam pencarian suatu keputusan, yaitu sistem pendukung keputusan yang berjalan pada perangkat komputer yang digunakan sebagai pembuat keputusan manajemen yang mampu menghadapi masalah semi terstruktur atau masalah yang belum jelas diketahui penyebabnya (Widodo & Sutopo, 2018). Pada sistem pendukung keputusan mempunyai banyak metode yang dapat digunakan dalam pengambilan keputusan, salah satunya adalah metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan untuk menilai kepuasan pelanggan, misalnya untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dalam melayani kepuasan nasabah dengan menggunakan metode IPA dan CSI, menganalisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA, dan CSI, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di tempat kebugaran, mengetahui kepuasan pengunjung taman rekreasi, dan mengetahui kepuasan penumpang terhadap layanan bandara menggunakan metode CSI. Kepuasan pelanggan terhadap layanan juga perlu diketahui oleh manajemen untuk memastikan layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)* (J. Sihotang et al., 2020). Alasan penggunaan metode *customer satisfaction index* pada kasus ini karena metode *customer satisfaction index* penunjuk yang dapat menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Dalam implementasinya, dibuat kuesioner yang nanti akan diisi oleh konsumen dan menghasilkan data berupa tingkat

kepuasan yang telah dicapai (Febrina et al., n.d.).

Berdasarkan pemaparan masalah di atas, dilakukan penelitian dengan judul Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Mutiara Laundry Dengan Metode Customer Satisfaction Index, dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu menyelesaikan masalah pada Mutiara Laundry terkait menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Agar pembahasan dapat terarah, berikut ini beberapa batasan masalah dari penelitian ini yaitu pengambilan data dari periode Mei 2022 sampai dengan Agustus 2023 menggunakan kuisioner dan akan diberikan alternatif jawaban. Penelitian ini hanya membahas tentang Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Mutiara Laundry Dengan Metode Customer Satisfaction Index.

2. Kerangka Teori

2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan diharapkan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau pelayanan, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Muhammad & Ariani, 2022).

Secara umum kepuasan ialah perasaan sukacita ataupun frustrasi seseorang yang ada karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau akibat) terhadap ekspektasi. Jika kinerja tidak memenuhi harapan maka pelanggan tak akan lega. Evaluasi pelanggan atas kinerja produk bergantung di banyaknya faktor, lebih-lebih klasifikasi ikatan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Perusahaan akan bertindak bijaksana menggunakan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, sebab salah satu kunci buat mempertahankan pelanggan merupakan kepuasan pelanggan (Zunaidi & Halim, 2019).

2.2. Sistem Pendukung Keputusan

Sistem pendukung keputusan adalah salah satu bagian dari sistem informasi yang berguna untuk meningkatkan

efektivitas pengambilan keputusan yang bertujuan untuk menyediakan informasi, dapat membimbing, memberikan prediksi, mendukung analisis data, membuat pemodelan keputusan yang berorientasi pada perencanaan masa mendatang serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih baik (Nasyuha et al., 2022).

Sistem pendukung keputusan sebagai sistem berbasis komputer yang terdiri dari tiga komponen yang saling berinteraksi, yaitu (1) sistem bahasa merupakan mekanisme untuk memberikan komunikasi antara pengguna dan komponen sistem pendukung keputusan lainnya, (2) sistem pengetahuan merupakan repositori pengetahuan domain masalah yang ada pada sistem pendukung keputusan baik sebagai data maupun sebagai prosedur, dan sistem pemrosesan masalah merupakan hubungan antara dua komponen lainnya, terdiri dari satu atau lebih kapabilitas manipulasi masalah umum yang diperlukan untuk mengambil keputusan. Konsep-konsep yang diberikan oleh definisi tersebut sangat penting untuk memahami hubungan antara SPK dan Pengetahuan (Tohir et al., 2022).

2.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari pernyataan yang diukur (Damayanti et al., 2022). Metode CSI ini memperhatikan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari setiap atribut yang merupakan persentase dalam suatu survei kepuasan pelanggan. Perhitungan metode ini dilakukan dalam empat langkah berikut (Kesumawati, 2022):

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS), Kedua nilai ini dihitung dengan persamaan di bawah ini. Dalam persamaan ini, $\sum_{i=1}^n Y_i$ merupakan nilai kepentingan atribut Y ke i, sedangkan n merupakan jumlah responden.

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

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (2)$$

2. Mencari nilai *Weight Factor* (WF) merupakan nilai rata-rata kepentingan per atribut dibagi total nilai rata-rata

kepentingan seluruh atribut. Perhitungan dapat dilihat pada persamaan berikut ini.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \quad (3)$$

MIS_i adalah nilai rerata kepentingan (MIS) per atribut dan $\sum_{i=1}^p MIS_i$ yaitu total nilai rerata kepentingan dari seluruh atribut.

3. Melakukan perhitungan *Weight Score* (WS) yaitu perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan. Rumus perhitungan dapat dilihat pada persamaan berikut ini.

$$WS_i = WF_i * MSS_i \quad (4)$$

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu dengan membagi jumlah nilai *Weight Score* dengan skala maksimal yang digunakan, dalam penelitian ini nilainya adalah 4 (empat). Perhitungan dapat dilihat pada persamaan berikut ini. Dalam persamaan ini $\sum_{i=1}^p WS_i$ adalah total nilai *Weight Score* (WS) dan HS sendiri skala maksimum yang digunakan atau *Highest Scale*.

$$CSI(\%) = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} * 100\% \quad (5)$$

2.3.1. Nilai Harapan

Dalam menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) terdapat nilai harapan. Nilai harapan ini merupakan nilai yang di harapkan oleh peneliti dalam pembuatan indeks kepuasan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), setelah nilai tersebut didapatkan maka dari setiap nilai harapan yang telah dibuat dilanjutkan nantiinya dengan membuat nilai rata rata dari setiap kuesioner (Zahara et al., 2020).

2.3.2. Nilai Kepastian

Selain nilai harapan, dalam menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) terdapat nilai kepastian. Nilai kepastian ini merupakan nilai persepsi yang di buat oleh responden ketika mengisikan kuesioner dalam pembuatan indek kepuasan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan setelah membuat nilai tersebut maka dari setiap nilai responden maka dibuat nilai rata rata dari setiap kuesioner (Luthfi et al., 2020).

3. Metodologi

3.1. Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data dilakukan pada penelitian ini memiliki dua tahapan di antaranya yaitu:

1. Observasi

Kegiatan observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan tinjauan langsung ke Mutiara *Laundry* yang berlokasi di Kecamatan Batang Kuis untuk kemudian dilakukan analisis masalah yang dihadapi. Selain itu juga dapat melakukan sebuah analisis kebutuhan dari permasalahan yang ada sehingga dapat dilaksanakannya pemodelan sistem.

2. Wawancara

Setelah itu dilakukan wawancara kepada salah satu pegawai manajemen dari Mutiara *Laundry* yang bernama Ibu Ida Saragih. Beliau adalah seseorang yang memiliki tugas sebagai pemilik manajemen pada Mutiara *Laundry* sehingga beliau banyak mengetahui mengenai apa saja parameter yang terkait dengan kepuasan pelanggan Mutiara *Laundry* Batang Kuis.

Adapun data kuesioner kepuasan pelanggan yang akan digunakan pada Mutiara *Laundry* Medan Johor adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Kuesioner

No	Pernyataan	Jawaban				
		STB	TB	KB	B	SB
1.	Tidak ada noda di cucian setelah dicuci					
2.	Cucian tidak bau apek					
3.	Cucian tidak rusak					
4.	Pengerjaan cucian selalu tepat waktu					
5.	Promosi dalam bentuk potongan harga					
6.	Promosi pemberian cucian gratis					
7.	Karyawan cepat dalam merespon permintaan pelanggan					
8.	Karyawan dapat menangani setiap keluhan dengan cepat dan tepat					
9.	Karyawan selalu menawarkan bantuan kepada setiap pelanggan					
10.	Pemberian garansi bila cucian tertukar/hilang					
11.	Pemberian garansi bila cucian rusak					

- Karyawan Mutiara
12. Laundry terampil
dalam bekerja
Karyawan selalu
13. membantu dengan
tulus
Karyawan selalu
14. berkomunikasi
dengan baik, sopan,
dan ramah
Karyawan selalu tau
15. keinginan pelanggan

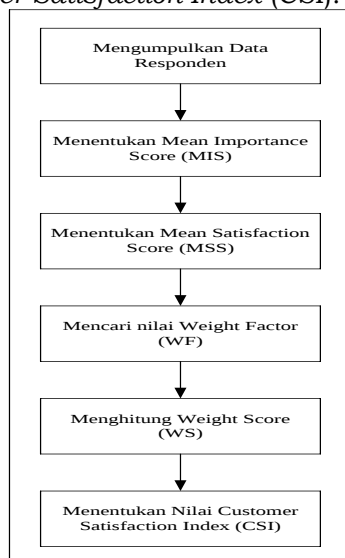
Pada tiap jawaban kuesioner yang ada pada tabel di atas, masing-masing memiliki bobot kriteria penilaian seperti di bawah ini.

Tabel 2. Bobot Kriteria Atribut Kuesioner

Bobot	Keterangan
1	Sangat Tidak Benar (STB)
2	Tidak Benar (TB)
3	Kurang Benar (KB)
4	Benar (B)
5	Sangat Benar (SB)

3.2. Algoritma Sistem

Algoritma sistem merupakan penjelesaian langkah-langkah penyelesaian masalah dalam Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa Mutiara Laundry Dengan Metode *Customer Satisfaction Index*. Berikut ini adalah gambar kerangka kerja dari metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).



Gambar 1. Kerangka Kerja Metode CSI

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Penyelesaian Metode CSI

Berikut ini merupakan langkah-langkah penyelesaian dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan Mutiara Laundry Batang Kuis dengan metode

Customer Satisfaction Index (CSI) berdasarkan pada kerangka kerja di atas.

1. Mengumpulkan Data Responden

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), tahap pertama yaitu mengumpulkan data responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 orang pelanggan yang datang ke Mutiara Laundry Batang Kuis. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner diperoleh hasil rekapitulasi jawaban dari 30 responden.

2. Menentukan Mean Importance Score (MIS)

Sebelum melakukan proses perhitungan untuk *Mean Importance Score* (MIS), terlebih dahulu menentukan nilai harapan dari masing-masing atribut. Pada penelitian ini penentuan nilai harapan dilakukan dengan menentukan persentase penilaian minimal yang diharapkan oleh pihak Mutiara Laundry terhadap jawaban semua responden untuk tiap atribut. Berikut ini nilai harapan tiap atribut selengkapnya.

Tabel 3. Nilai Harapan Untuk Tiap Atribut

Kode	Atribut	Persentase Nilai Harapan				
		STB	TB	KB	B	SB
A01	Tidak ada noda di cucian setelah dicuci					
A02	Cucian tidak bau apek					
A03	Cucian tidak rusak					
A04	Pengerjaan cucian selalu tepat waktu					
A05	Promosi dalam bentuk potongan harga					
A06	Promosi pemberian cucian gratis	3%	9%	16%	26%	46%
A07	Karyawan cepat dalam merespon permintaan pelanggan					
A08	Karyawan dapat menangani setiap keluhan dengan cepat dan tepat					
A09	Karyawan selalu menawarkan bantuan kepada setiap pelanggan					
A10	Pemberiannya garansi bila cucian tertukar/hilang					

A11	Pemberian garansi bila cucian rusak
A12	Karyawan Mutiara Laundry terampil dalam bekerja
A13	Karyawan selalu membantu dengan tulus
A14	Karyawan selalu berkomunikasi dengan baik, sopan, dan ramah
A15	Karyawan selalu tau keinginan pelanggan

Berdasarkan data pada tabel di atas, berikut ini merupakan hasil dari perhitungan nilai harapan selengkapnya.
Tabel 4. Data Nilai Harapan

Nilai Harapan						
Kode	STB 1	TB 2	KB 3	B 4	SB 5	Yi
A01	1	5	14	31	69	120
A02	1	5	14	31	69	120
A03	1	5	14	31	69	120
A04	1	5	14	31	69	120
A05	1	5	14	31	69	120
A06	1	5	14	31	69	120
A07	1	5	14	31	69	120
A08	1	5	14	31	69	120
A09	1	5	14	31	69	120
A10	1	5	14	31	69	120
A11	1	5	14	31	69	120
A12	1	5	14	31	69	120
A13	1	5	14	31	69	120
A14	1	5	14	31	69	120
A15	1	5	14	31	69	120

Mean Importance Score (MIS) adalah nilai rata-rata tingkat harapan responden tiap atribut. MIS dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai *Mean Importance Score* (MIS) selengkapnya.

$$\begin{aligned} MIS_1 &= 120/30 = 4 & MIS_9 &= 120/30 = 4 \\ MIS_2 &= 120/30 = 4 & MIS_{10} &= 120/30 = 4 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} MIS_3 &= 120/30 = 4 & MIS_{11} &= 120/30 = 4 \\ MIS_4 &= 120/30 = 4 & MIS_{12} &= 120/30 = 4 \\ MIS_5 &= 120/30 = 4 & MIS_{13} &= 120/30 = 4 \\ MIS_6 &= 120/30 = 4 & MIS_{14} &= 120/30 = 4 \\ MIS_7 &= 120/30 = 4 & MIS_{15} &= 120/30 = 4 \\ MIS_8 &= 120/30 = 4 \end{aligned}$$

3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Sebelum menghitung nilai MSS, terlebih dahulu mengitung bobot nilai atribut dari tiap jawaban responden. Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai bobot atribut berdasarkan data rekapitulasi responden.

Tabel 5. Nilai Persepsi/Kepuasan

Nilai Persepsi/Kepuasan						
Kode	STB 1	TB 2	KB 3	B 4	SB 5	Xi
A01	4	14	9	32	40	99
A02	10	8	18	8	40	84
A03	4	10	18	32	35	99
A04	2	18	12	36	30	98
A05	7	10	15	32	25	89
A06	9	14	15	28	10	76
A07	2	10	42	20	20	94
A08	9	6	24	20	25	84
A09	8	10	15	16	40	89
A10	3	16	27	20	25	91
A11	11	8	12	20	30	81
A12	8	16	18	12	25	79
A13	8	8	12	20	45	93
A14	5	10	21	20	40	96
A15	6	4	27	16	45	98

Mean Satisfaction Score (MSS) merupakan nilai rata-rata tingkat kepuasan yang dirasakan responden tiap atribut. MSS dapat dihitung dengan menggunakan persamaan:

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai *Mean Satisfaction Score* (MSS) selengkapnya.

$$\begin{aligned} MSS_1 &= 99/30 = 3,30 & MSS_9 &= 89/30 = 2,97 \\ MSS_2 &= 84/30 = 2,80 & MSS_{10} &= 91/30 = 3,03 \\ MSS_3 &= 99/30 = 3,30 & MSS_{11} &= 81/30 = 2,70 \\ MSS_4 &= 98/30 = 3,27 & MSS_{12} &= 79/30 = 2,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} MSS_5 &= 89/30 = 2,97 & MSS_{13} &= 93/30 = 3,10 \\ MSS_6 &= 76/30 = 2,53 & MSS_{14} &= 96/30 = 3,20 \\ MSS_7 &= 94/30 = 3,13 & MSS_{15} &= 98/30 = 3,27 \\ MSS_8 &= 84/30 = 2,80 \end{aligned}$$

4. Mencari Nilai *Weight Factor* (WF)

Weight Factor (WF) merupakan bobot nilai *MIS* per atribut terhadap total *MIS* seluruh atribut. *Weight Factor* (WF) ini dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i}$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai bobot *Weight Factor* (WF) selengkapnya.

$$\begin{aligned} WF_1 &= 4/60 = 0,067 & WF_9 &= 4/60 = 0,067 \\ WF_2 &= 4/60 = 0,067 & WF_{10} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_3 &= 4/60 = 0,067 & WF_{11} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_4 &= 4/60 = 0,067 & WF_{12} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_5 &= 4/60 = 0,067 & WF_{13} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_6 &= 4/60 = 0,067 & WF_{14} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_7 &= 4/60 = 0,067 & WF_{15} &= 4/60 = 0,067 \\ WF_8 &= 4/60 = 0,067 \end{aligned}$$

5. Mencari *Weight Score* (WS)

Weight Score (WS) merupakan nilai yang dihasilkan dari perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan pelayanan yang dirasakan responden sebagai *MSS* (*Mean Satisfaction Score*). Untuk mencari nilai *Weight Score* dapat menggunakan persamaan berikut ini.

$$WS_i = WF_i * MSS_i$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan nilai *Weight Score* (WS) selengkapnya.

$$\begin{aligned} WS_1 &= 0,067 * 3,300 = 0,220 & WS_9 &= 0,067 * 2,967 = 0,198 \\ WS_2 &= 0,067 * 2,800 = 0,187 & WS_{10} &= 0,067 * 3,033 = 0,202 \\ WS_3 &= 0,067 * 3,300 = 0,220 & WS_{11} &= 0,067 * 2,700 = 0,180 \\ WS_4 &= 0,067 * 3,267 = 0,218 & WS_{12} &= 0,067 * 2,633 = 0,176 \\ WS_5 &= 0,067 * 2,967 = 0,198 & WS_{13} &= 0,067 * 3,100 = 0,207 \\ WS_6 &= 0,067 * 2,533 = 0,169 & WS_{14} &= 0,067 * 3,200 = 0,213 \\ WS_7 &= 0,067 * 3,133 = 0,209 & WS_{15} &= 0,067 * 3,267 = 0,218 \\ WS_8 &= 0,067 * 2,800 = 0,187 \end{aligned}$$

6. Menentukan Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Persamaan yang digunakan untuk menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} * 100\%$$

Perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan menggunakan persamaan di atas yaitu nilai dari total keseluruhan *Weight Score* (WS) dibagi dengan nilai maksimum dari skala likert. Hasil selengkapnya untuk perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Perhitungan Nilai CSI

Kode	Perhitungan				
	MIS	MSS	WF	WS	CSI
A01	4	3,30	0,067	0,220	
A02	4	2,80	0,067	0,187	
A03	4	3,30	0,067	0,220	
A04	4	3,27	0,067	0,218	
A05	4	2,97	0,067	0,198	
A06	4	2,53	0,067	0,169	
A07	4	3,13	0,067	0,209	
A08	4	2,80	0,067	0,187	0,6
A09	4	2,97	0,067	0,198	
A10	4	3,03	0,067	0,202	
A11	4	2,70	0,067	0,180	
A12	4	2,63	0,067	0,176	
A13	4	3,10	0,067	0,207	
A14	4	3,20	0,067	0,213	
A15	4	3,27	0,067	0,218	
Total	60	45		3	60%

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai rata-rata *Customer Satisfaction Index* sebesar 60%. Dengan demikian tingkat kepuasan pelanggan Mutiara Laundry Batang Kuis dinyatakan cukup memuaskan, berdasarkan angka indeks kepuasan berikut ini.

Tabel 7. Indeks Kepuasan

No	Nilai CSI	Keterangan
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80,99%	Puas
3	51% - 65,99%	Cukup Puas
4	35% - 50,99%	Kurang Puas
5	0% - 34,99%	Tidak Puas

5. Simpulan

Berdasarkan analisa pada permasalahan yang terjadi dalam kasus yang diangkat tentang sistem pendukung keputusan menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa Mutiara Laundry

menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dapat membantu dalam proses analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa Mutiara Laundry. Penerapan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dalam sistem pendukung keputusan ini mampu memberikan hasil yang baik sehingga dapat mempermudah pihak Mutiara Laundry Batang Kuis dalam menganalisis tingkat kepuasan pelanggan.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi pada penelitian ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

Artikel jurnal:

- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE : KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1), 211–224.
- Febrina, I., Arief, S. N., & Pranata, A. (n.d.). *Analisa Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Kualitas Pelayanan pada Hotel OYO Flagship 1348 Home Anaya Medan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality*. 1–12.
- Muhammad, N. F., & Ariani, F. (2022). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Supplier Bahan Mentah Dengan Metode Weighted Product*. 8(2), 130–134. <https://doi.org/10.31294/jtk.v4i2>
- Sihotang, F. P., & Oktarina, R. (2022). *Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v3i1.2439>
- Sihotang, J., Nasyuha, A. H., & Tugiono, T. (2020). *Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Jumlah Permintaan Alat Musik Menggunakan Metode Fuzzy Mamdani Pada PT. Legato Internasional*. *CyberTech*.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). *Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer*. 4(1), 38–45.
- Yustiani, N. M. R. E., Suardhika, I. N., & Hendrawan, I. G. Y. (2022). *PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP CUSTOMER RETENTION LAUNDRY KILOAN ABIANBASE MENGWI*. *Jurnal EMAS*, 3(8), 116–131.
- Zunaidi, M., & Halim, J. (2019). *Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Kualitas Produksi Jernang Terbaik Menggunakan Metode AHP*. *Teknologi Sistem Informasi Dan Sistem Komputer TGD*, 2(2), 10–20.