

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE
*CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DI SUCOFINDO MEDAN***

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD REHAN

228150058



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

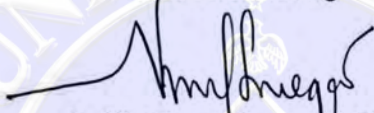
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* Dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Di Sucofindo Medan

Nama : Muhammad Rehan

NPM : 228150058

Fakultas : Teknik

Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing


Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si
NIDN. 0127046201

Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik



Dr. Eng. Supriatno, S.T, M.T
NIDN: 0102027402

Kepala Program Studi



Dr. Ir. Chalis Fajri Hasibuan, ST, MSc
NIDN: 0110068801

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rehan

NPM : 228150058

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan.

Medan, 12 Desember 2025


Muhammad Rehan

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

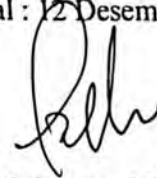
Nama : Muhammad Rehan
NPM : 228150058
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)* Di Sucofindo Medan. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 12 Desember 2025



Muhammad Rehan
228150058

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Padang pada tanggal 14 Juni 2002 dari Bapak Syam Suardi dan Ibu Sri Murnila Devi. Penulis merupakan anak ke 1 dari 3 bersaudara. Adapun jenjang pendidikan yang sudah dilalui penulis sebagai berikut:

1. Tahun 2008, Penulis menempuh pendidikan di SDN 04 Kota Padang dinyatakan lulus pada tahun 2014
2. Tahun 2014, Penulis menempuh pendidikan di SMPN 31 Kota Padang dan dinyatakan lulus pada tahun 2017
3. Tahun 2017 Penulis menempuh pendidikan di SMK SMAK Padang dan dinyatakan lulus pada tahun 2021
4. Tahun 2022, penulis melanjutkan kuliah di Universitas Medan Area

Dengan ketekunan serta motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (Csi) Dan *Importance Performance Analysis* (Ipa) Di Sucofindo Medan”**

ABSTRAK

MUHAMMAD REHAN NPM 228150058 ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DI SUCOFINDO MEDAN

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting bagi perusahaan jasa dalam menjaga loyalitas dan meningkatkan daya saing, termasuk PT Sucofindo Medan yang bergerak di bidang layanan inspeksi, pengujian, dan sertifikasi. Tingkat kepuasan pelanggan yang optimal mencerminkan kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan PT Sucofindo Medan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), serta mengidentifikasi atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 60 orang pelanggan yang telah menggunakan layanan PT Sucofindo Medan dalam satu bulan terakhir. Karakteristik responden didominasi oleh usia produktif 20–40 tahun dengan latar belakang pendidikan sarjana dan pekerjaan pada sektor swasta, PNS, dan BUMN. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan program SPSS versi 17.0, serta didukung oleh wawancara dan studi dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 71,23 persen yang berada pada kategori puas, namun belum mencapai tingkat sangat puas. Kesimpulannya Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan beberapa atribut layanan berada pada kuadran prioritas perbaikan, yaitu kecepatan pelayanan, akurasi hasil, ketepatan waktu penyelesaian, dan rekomendasi pelanggan. Sementara itu, atribut transparansi biaya, kesesuaian harga, dan profesionalisme petugas berada pada kuadran mempertahankan kinerja karena telah memenuhi harapan pelanggan.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA)

ABSTRACT

MUHAMMAD REHAN NPM 228150058 ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION USING THE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AT SUCOFINDO MEDAN

Customer satisfaction is an important indicator for service companies in maintaining customer loyalty and improving competitiveness, including PT Sucofindo Medan, which operates in inspection, testing, and certification services. An optimal level of customer satisfaction reflects service quality that meets customer expectations. This study aims to analyze the level of customer satisfaction at PT Sucofindo Medan using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) methods, as well as to identify service attributes that require priority improvement. This research employs a descriptive quantitative approach involving 60 respondents who had used PT Sucofindo Medan's services within the last month. The respondents were predominantly in the productive age range of 20–40 years, with most holding undergraduate degrees and working in the private sector, government institutions, and state-owned enterprises. Data were collected through questionnaires that had been tested for validity and reliability using SPSS version 17.0, supported by interviews and documentation studies. The results indicate that the Customer Satisfaction Index (CSI) value reached 71.23 percent, which falls into the satisfied category but has not yet achieved a very satisfied level. Conclusion The Importance Performance Analysis (IPA) results show that several service attributes are positioned in the priority improvement quadrant, particularly service speed, result accuracy, timeliness, and customer recommendations. Meanwhile, attributes such as cost transparency, price suitability, and staff professionalism are located in the maintain performance quadrant, as they have met customer expectations.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semuanya. Dengan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)* Dan *Importance Performance Analysis (Ipa)* Di Sucofindo Medan” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak lepas dari peran serta dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Eng. Supriatno, S.T, M.T, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ir. Chalis Fajri Hasibuan, ST, MS., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.
4. Ibu Ir, Hj. Ninny Siregar, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, yang selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Staf pengajar dan pegawai di Universitas Medan Area khususnya Program Studi Teknik Industri yang telah membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

6. Kepada orang tua yang senantiasa memberikan dukungan, baik melalui doa maupun bantuan finansial, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Kepada adik yang telah memberikan dorongan penuh kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
8. Kepada seluruh teman seangkatan Teknik Industri 2022 yang turut memberikan semangat dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.
9. Kepada Kepala PT Sucofindo Cabang Medan yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
10. Kepada seluruh staf dan pegawai PT Sucofindo Cabang telah memberikan izin serta membantu dalam proses pengambilan data untuk keperluan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan yang dapat memberikan perbaikan untuk penulisan berikutnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan dan ilmu baru bagi semua pihak khususnya bagi penulis pribadi.

Medan, 12 Desember 2025



Muhammad Rehan

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat	5
1.7 Sistematika Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen mutu	7
2.1.1 Definisi Manajemen Mutu	7
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	7
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	7
2.2.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	8
2.2.3 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan	9
2.2.4 Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan	9
2.3 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	9
2.3.1 Definisi <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	9
2.3.2 Komponen dan Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	10
2.4 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	11
2.4.1 Pengertian <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	11

2.4.2. Komponen dan Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	11
2.5 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	12
2.6 Penelitian Terdahulu	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Variabel Penelitian	15
3.3 Kerangka Berpikir	16
3.4 Definisi Operasional	16
3.5 Subjek Penelitian	19
3.5.1 Populasi	19
3.5.2 Sampel	19
3.6 Teknik Pengumpulan Data	19
3.6.1 Kuesioner	19
3.6.2 Wawancara	20
3.6.3 Observasi	20
3.6.4 Studi Dokumentasi	20
3.7 Teknik Pengolahan Data	21
3.7.1 Uji Validitas	21
3.7.2 Uji Reliabilitas	22
3.7.3 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	23
3.7.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Hasil Penelitian	27
4.1.1 Karakteristik Responden	27
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	27
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	28
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Responden	29
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan Responden	30
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan atau Uang Saku Responden	31
4.1.7 Keterkaitan Karakteristik Konsumen Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen	32
4.2 Pengolahan Data	33
4.2.1 Hasil Uji Validitas	33

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	35
4.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	36
4.3.1 Tingkat Kesesuaian	36
4.3.2 Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan	40
4.3.3 Analisis Kuadran Dalam Diagram Kartesius.....	42
4.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	46
4.4.1 Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan	46
4.4.2 Kepuasan Pelanggan Terhadap Harga.....	47
4.4.3 Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk	47
4.4.4 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen	48
4.5 Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Variabel Operasional	17
Tabel 3.2 Pemberian Skala Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	20
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r	22
Tabel 3.4 Rentang Kepuasan	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	28
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Responden	29
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	28
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Uang Saku ..	28
Tabel 4.6 Keterkaitan Karakteristik Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen ...	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Data Jumlah Pelanggan PT. Sucofindo Medan Januari-September.....	3
Gambar 3. 1 Kerangka Berpikir.....	16
Gambar 3.2 Diagram Kartesius IPA	25
Gambar 3.3 Flowchart Penelitian	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan.....	67
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan.....	68
Lampiran 3. Hasil Angket Kepentingan.....	79
Lampiran 4. Hasil Angket Kepuasan.....	80
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	82
Lampiran 6. Surat Riset.....	84
Lampiran 7. Surat Selesai Riset.....	85
Lampiran 8. Angket Penelitian.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan merupakan indikator utama dalam menilai keberhasilan layanan perusahaan, terutama di sektor jasa yang sangat bergantung pada pengalaman dan persepsi pengguna. Pada perusahaan yang bergerak di bidang inspeksi, pengujian, dan sertifikasi, kualitas pelayanan menjadi aspek yang paling menentukan. Veronica (2020) menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika layanan sejalan dengan harapan, sementara Lusiah (2020) menegaskan bahwa kepuasan adalah fondasi terbentuknya loyalitas dalam persaingan industri jasa yang kompetitif.

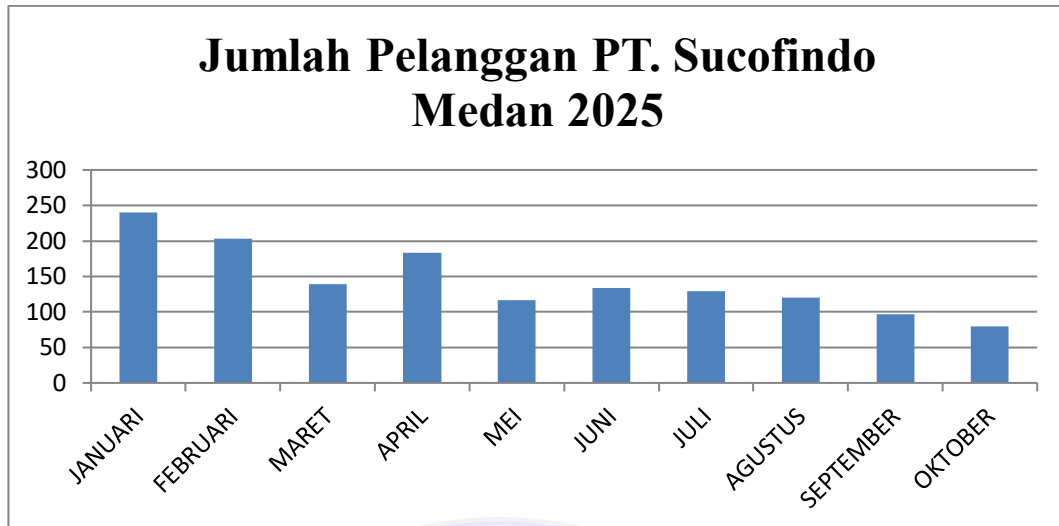
Pelayanan yang berkualitas, responsif, dan tepat waktu terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pramudana et al. (2024) menyoroti bahwa keandalan layanan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan, sementara Hendrik (2024) menambahkan bahwa aspek harga dan ketepatan waktu berperan kuat dalam menentukan tingkat kepuasan. Untuk memastikan efektivitas layanan, perusahaan perlu melakukan evaluasi berkala menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai alat ukur objektif.

Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pada setiap atribut layanan. Hasil indeks yang diperoleh memberikan gambaran seberapa jauh layanan telah memenuhi ekspektasi

pelanggan. Melalui CSI, perusahaan dapat menentukan fokus strategi perbaikan layanan agar peningkatan mutu dapat dilakukan secara terarah, efektif, dan berkesinambungan.

Di sisi lain, *Importance Performance Analysis* (IPA) berfungsi memetakan tingkat kepentingan dan kinerja layanan ke dalam empat kuadran analisis. Melalui pemetaan tersebut, perusahaan dapat mengidentifikasi atribut yang harus dipertahankan serta aspek yang membutuhkan perbaikan segera. Penggunaan metode IPA membantu optimalisasi alokasi sumber daya perusahaan. Ketika digabungkan dengan CSI, kedua metode ini memberikan gambaran komprehensif mengenai kualitas layanan dan arah strategis peningkatan kepuasan pelanggan.

Sucofindo sebagai perusahaan jasa inspeksi, pengujian, dan sertifikasi memiliki peran strategis dalam menjaga kepercayaan industri. Penelitian Saputri dan Jakfar (2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga konsistensi mutu harus dijaga. Saputro (2024), Handayani et al. (2025), serta Sofian (2024) menekankan pentingnya inovasi, kepercayaan, dan kualitas layanan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, Sucofindo perlu terus melakukan evaluasi berkala agar tetap kompetitif.



Gambar 1.1
Data Jumlah Pelanggan PT. Sucofindo Medan Januari-September 2025

Data internal menunjukkan penurunan jumlah pelanggan Sucofindo Medan dari Januari hingga Oktober 2025, yaitu dari sekitar 240 menjadi 80 pelanggan, meskipun terjadi peningkatan kecil pada beberapa bulan. Fenomena ini mengindikasikan adanya tantangan signifikan dalam mempertahankan mutu layanan. Oleh sebab itu, penelitian mengenai kepuasan pelanggan menjadi penting untuk mengidentifikasi penyebab dan merumuskan strategi perbaikan. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diberi judul: **“Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) di Sucofindo Medan).”**

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kepuasan layanan yang diberikan PT Sucofindo Medan.
2. Penurunan jumlah pelanggan menunjukkan lemahnya pemahaman perusahaan terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen.

3. Kurangnya pemanfaatan hasil evaluasi layanan dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Penelitian hanya difokuskan pada kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT Sucofindo Medan.
2. Analisis dilakukan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA).
3. Responden penelitian adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa Sucofindo Medan dalam kurun waktu tertentu.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT Sucofindo Medan berdasarkan metode CSI?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelayanan berdasarkan hasil analisis IPA?
3. Atribut layanan apa saja yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT Sucofindo Medan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).
2. Menganalisis tingkat kepuasan pelayanan PT Sucofindo Medan berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

3. Mengidentifikasi atribut layanan yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.6 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai kontribusi bagi kajian ilmu manajemen pelayanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks penggunaan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur terkait strategi peningkatan kualitas layanan dalam industri jasa, terutama di PT Sucofindo Medan.

1.7 Sistematika Penelitian

Ada beberapa sistematika penulisan skripsi yang disusun sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, batasan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi rangkuman penelitian terdahulu, konsep, serta teori dasar yang digunakan untuk mendukung analisis dan pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan materi, alat, prosedur penelitian, serta jenis data yang digunakan sesuai alur penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan data hasil penelitian, proses pengolahan data menggunakan metode yang ditetapkan, serta pembahasannya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan berdasarkan hasil penelitian serta saran bagi peneliti maupun pihak terkait

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen mutu

2.1.1 Definisi Manajemen Mutu

Manajemen mutu atau Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management/TQM) merupakan pendekatan sistematis dan strategis yang berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan melalui perbaikan berkelanjutan di seluruh tingkatan organisasi dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan modal secara optimal (Ulfah et al., 2023). Dalam buku Zagloel dan Nurcahyo (2023), TQM dijelaskan sebagai filosofi manajemen yang menekankan continuous improvement melalui kolaborasi lintas level dan penggunaan alat berbasis data seperti diagram Pareto, Fishbone, dan SPC. Pendekatan ini tidak hanya berkaitan dengan pengendalian mutu pasif, tetapi juga membangun budaya mutu proaktif untuk meningkatkan efektivitas, fleksibilitas, serta kemampuan organisasi merespons perubahan demi mencapai kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan penilaian emosional setelah membandingkan harapan dengan pengalaman nyata terhadap produk atau layanan. Prasetyo dan Wibowo (2023) menyatakan bahwa kepuasan muncul ketika layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan, yang berdampak pada loyalitas dan retensi pelanggan. Dalam sektor jasa, kualitas pelayanan seperti kecepatan, keramahan, dan kemudahan akses menjadi penentu utama pengalaman pelanggan.

Pratiwi dan Santoso (2020) menegaskan bahwa kepuasan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara harapan dan kenyataan, sehingga perusahaan perlu mengelola ekspektasi serta memahami kebutuhan pelanggan untuk memberikan nilai yang tepat dan memperkuat loyalitas.

2.2.2 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap produk dan layanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan sebelumnya, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan. Putri, Novitasari, Yuwono, dan Asbari (2021) menegaskan bahwa kualitas produk, harga, dan pelayanan menjadi komponen utama dalam menentukan kepuasan pelanggan di sektor makanan dan minuman. Buku monograf Januardin, Hutagaol, dan Bangun (2021) juga menyoroti kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, kemudahan akses, serta aspek emosional seperti kenyamanan dan kepercayaan sebagai penentu loyalitas. Secara empiris, kualitas pelayanan sering menjadi indikator paling dominan dibandingkan harga maupun kualitas produk.

Menurut (Titi Sulistiyawati, 2021) faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Irawan ada lima yaitu:

- a. Kualitas produk
- b. Harga
- c. Kualitas pelayanan (*Service Quality*)
- d. Faktor Emosional (*Emotional Factor*)
- e. Biaya.

2.2.3 Aspek-Aspek Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terbentuk dari kombinasi antara pengalaman layanan dan harapan yang dipenuhi, termasuk elemen keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Menurut Tjiptono (2019), elemen-elemen ini secara langsung memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas mereka. Berikut Poin-poin elemen kepuasan pelanggan yaitu:

1. *Keandalan* yaitu ketepatan dan konsistensi layanan.
2. *Daya Tanggap* yaitu respon cepat dan efisien.
3. *Jaminan* yaitu kompetensi dan kepercayaan staf.
4. *Empati* yaitu perhatian dan pelayanan personal.
5. *Bukti Fisik* yaitu fasilitas, penampilan, dan media komunikasi.

2.2.4 Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan produk atau layanan tertentu. Beberapa ciri utama yang menunjukkan kepuasan pelanggan meliputi loyalitas, rekomendasi positif, dan pembelian ulang.

1. Loyalitas Pelanggan
2. Rekomendasi Positif
3. Pembelian Ulang.
4. Ketersediaan untuk Memberikan Umpan Balik
5. Toleransi terhadap Masalah Kecil

2.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

2.3.1 Definisi Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan alat ukur kuantitatif untuk menilai kepuasan pelanggan secara menyeluruh melalui kombinasi tingkat kepentingan atribut layanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Indeks ini membantu organisasi mengidentifikasi aspek layanan yang perlu diperbaiki dan mendukung keputusan strategis dalam peningkatan mutu. Hayuningtyas et al. (2023) menegaskan bahwa CSI bersifat adaptif dan relevan di berbagai sektor. Fatihudin dan Firmansyah (2019) menjelaskan bahwa CSI dihitung melalui identifikasi faktor layanan, pembobotan kepentingan, dan evaluasi persepsi pelanggan. Pendekatan diskonfirmasi memungkinkan organisasi menentukan prioritas perbaikan berdasarkan selisih terbesar antara harapan dan persepsi.

2.3.2 Komponen dan Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan alat ukur yang menggabungkan berbagai komponen utama untuk menghasilkan indeks yang menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Menurut Hayuningtyas et al. (2023), komponen utama CSI biasanya terdiri dari tiga elemen yaitu harapan pelanggan, persepsi terhadap kepuasan produk atau layanan, dan bobot kepentingan dari setiap atribut yang dinilai pelanggan.

Metode perhitungan CSI menurut Putri et al. (2022) melibatkan rumus yang mengalikan skor kepuasan dengan bobot kepentingan untuk setiap atribut, kemudian menjumlahkan hasilnya dan membaginya dengan jumlah total bobot. Formula matematisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum (\text{Bobot Atribut} \times \text{Skor Kinerja})}{\sum \text{Bobot Atribut}}$$

Nilai CSI yang dihasilkan biasanya berkisar antara 0 hingga 100%, di mana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih baik.

Rumus ini memudahkan perusahaan dalam menilai secara kuantitatif aspek layanan mana yang sudah memuaskan dan mana yang masih perlu perbaikan.

2.4 Importance Performance Analysis (IPA)

2.4.1 Pengertian Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode evaluasi yang mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan terhadap suatu layanan dengan memetakan atribut ke dalam empat kuadran untuk menentukan prioritas perbaikan. Metode ini membantu organisasi memfokuskan sumber daya pada aspek yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan efektif diterapkan di berbagai sektor (Syahputra, Ramadhanu, & Bayuputra, 2020). Wardhana (2024) menjelaskan bahwa melalui diagram Kartesius, IPA menggabungkan persepsi kepentingan dan kepuasan sehingga bisnis dapat menerjemahkan pandangan pelanggan menjadi strategi yang terarah, memungkinkan identifikasi atribut yang harus dipertahankan, ditingkatkan, dikurangi, atau diabaikan secara sistematis.

2.4.2. Komponen dan Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) adalah metode analisis yang mengevaluasi kepuasan suatu produk atau layanan berdasarkan dua dimensi utama, yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan, dengan tujuan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan. Melalui pemetaan atribut ke dalam empat kuadran “Keep up the good work,” “*Concentrate here*,” “*Low priority*,” dan “*Possible overkill*” organisasi dapat menetapkan prioritas perbaikan secara efisien dan menghindari pemborosan sumber daya. Proses ini dimulai dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis skor rata-rata untuk pemetaan atribut dalam matriks IPA (Mulyani, 2021).

(Silalahi, Aelani, & Juliane, 2020) menambahkan bahwa perhitungan tingkat kesesuaian (Tki) dalam IPA dilakukan dengan membandingkan skor kepuasan (Xi) dengan skor kepentingan (Yi) menggunakan rumus:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%.$$

Nilai Tki yang diperoleh menunjukkan sejauh mana kepuasan suatu atribut memenuhi harapan pelanggan. Jika Tki lebih dari 100%, berarti kepuasan melebihi harapan; jika Tki sama dengan 100%, kepuasan sesuai harapan; dan jika Tki kurang dari 100%, kepuasan belum memenuhi harapan.

2.5 Hubungan antara Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Kepuasan pelanggan menggambarkan kemampuan perusahaan memenuhi harapan konsumen melalui perbandingan antara ekspektasi dan persepsi layanan yang diterima. Dua metode yang umum digunakan untuk mengukur kepuasan adalah Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). CSI memberikan ukuran kuantitatif tingkat kepuasan keseluruhan, sedangkan IPA membantu menentukan atribut layanan yang perlu dipertahankan atau diperbaiki (Sirait, Waskito, & Guslan, 2023). Noviaristanti (2023) menjelaskan bahwa penggabungan CSI dan IPA menghasilkan evaluasi yang lebih komprehensif, karena kedua metode menilai kepentingan, kinerja, dan prioritas perbaikan secara terintegrasi dalam satu kerangka analisis strategis.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Addinul Fajar (2024) yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Spot Café dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan

mengukur kepuasan pelanggan melalui metode CSI dan IPA, dengan hasil tingkat kepuasan sebesar 74,93% (kategori puas). IPA menunjukkan kecepatan pelayanan dan keramahan karyawan sebagai prioritas utama. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan metode CSI dan IPA serta teknik pengumpulan data melalui kuesioner untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan pelayanan. Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana Fajar meneliti sektor kuliner (Spot Café), sedangkan penelitian ini dilakukan di sektor jasa pengujian (Sucofindo Medan).

Penelitian oleh Risep (Umam & Hariastuti, 2021) berjudul *Analisa Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)* mengevaluasi kepuasan pelanggan OIS Photography menggunakan metode kuantitatif dengan 96 responden. Hasil CSI menunjukkan kepuasan pelanggan sebesar 74,19% (kategori cukup puas), dan IPA mengidentifikasi kecepatan pelayanan serta kualitas hasil foto sebagai prioritas utama untuk perbaikan. Persamaannya dengan penelitian ini adalah penggunaan metode CSI dan IPA secara terpadu dalam menilai kepuasan dan menetapkan strategi perbaikan. Perbedaannya terletak pada jenis layanan dan skala bisnis OIS Photography di jasa kreatif berskala kecil, sedangkan penelitian ini di Sucofindo Medan yang berskala nasional dalam jasa laboratorium dan inspeksi.

Penelitian oleh Firdaus dan Muhammad Nur (2023) berjudul *Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)* menganalisis kepuasan pelanggan di Pelabuhan Kempang Sepakat dengan 100 responden. Hasil

menunjukkan nilai CSI sebesar 74,46% (kategori puas) dan IPA menempatkan atribut seperti ketepatan waktu dan kemudahan akses informasi pada kuadran prioritas perbaikan. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan metode CSI dan IPA dalam konteks sektor jasa untuk menyusun strategi peningkatan pelayanan. Perbedaannya adalah objek penelitian pelabuhan versus laboratorium dan inspeksi yang memunculkan perbedaan ekspektasi pelanggan dan indikator pelayanan.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) telah banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan pada berbagai sektor jasa, seperti kuliner, jasa kreatif, dan transportasi. Namun, penelitian ini memiliki kedudukan yang berbeda karena menerapkan metode CSI dan IPA pada konteks jasa inspeksi, pengujian, dan sertifikasi di PT Sucofindo Medan sebagai perusahaan BUMN yang memiliki peran strategis dalam penjaminan mutu dan kepatuhan standar nasional maupun internasional. Perbedaan konteks layanan tersebut menyebabkan perbedaan karakteristik atribut kepuasan yang dianalisis, khususnya terkait kecepatan layanan, akurasi hasil, ketepatan waktu, serta profesionalisme petugas. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengadopsi metode yang sama, tetapi juga memberikan kontribusi empiris berupa penerapan CSI dan IPA pada sektor jasa pengujian dan inspeksi yang memiliki kompleksitas dan tuntutan mutu yang lebih tinggi dibandingkan penelitian terdahulu.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dilakukan untuk memahami latar belakang, kondisi terkini, serta interaksi dalam lingkungan unit yang diteliti, dengan pengumpulan data langsung di Sucofindo Medan. Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif sebagaimana dijelaskan Hadining (2020), melalui metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengukur kepuasan pelanggan dan menentukan prioritas perbaikan layanan. Data penelitian mencakup data primer dari kuesioner dan wawancara, serta data sekunder dari literatur relevan, dengan analisis statistik berbasis pendekatan ilmiah untuk menarik kesimpulan secara objektif.

3.2 Variabel Penelitian

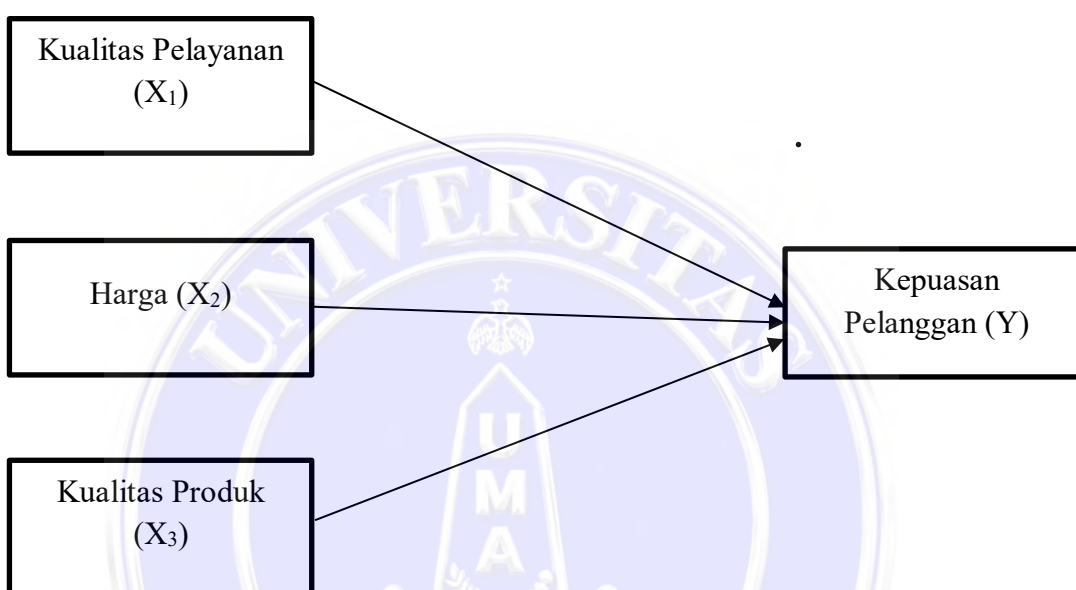
Variabel dalam penelitian adalah aspek yang dapat diamati dan diukur untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Variabel harus didefinisikan secara operasional dengan indikator yang jelas agar memungkinkan pengukuran empiris yang valid (Nuriyana & Hermawansyah, 2022). Variabel penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Dependen/Terikat (Y): Kepuasan Pelanggan
- b. Variabel Independen/Bebas (X):
 1. X_1 : Kualitas Pelayanan
 2. X_2 : Harga

3. X_3 : Kualitas Produk

3.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan uraian dalam kajian teori diatas maka penulis menguraikan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3. 1.
Kerangka Berpikir

3.4 Definisi Operasional

Berdasarkan (Henny Herawati et al., 2023) definisi operasional merupakan penjelasan yang jelas mengenai variabel penelitian yang disajikan dalam bentuk indikator yang bisa diukur secara nyata dengan instrumen penelitian seperti survei atau wawancara. Studi ini mencakup definisi operasional serta variabel-variabel yang diimplementasikan dalam penelitian, yaitu:

Tabel 3. 1.
Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui ketanggapan, keramahan, jaminan, dan keandalan yang berdampak pada kepuasan pelanggan (Dimas et al., 2024).	X _{1.1}) Ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan X _{1.2}) Keramahan dan sikap sopan karyawan X _{1.3}) Jaminan rasa aman/nyaman selama pelayanan X _{1.4}) Keandalan / kesungguhan tenaga layanan X _{1.5}) Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan terkait prosedur layanan
Harga (X2)	Harga adalah nilai yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk/jasa yang sepadan dengan manfaat dan kualitas; harga mempengaruhi kepuasan ketika dianggap terjangkau dan kompetitif (Mirai Management, 2021).	X _{2.1}) Harga dianggap terjangkau oleh pelanggan X _{2.2}) Harga sesuai dengan kualitas produk/jasa X _{2.3}) Harga kompetitif dibanding pesaing X _{2.4}) Informasi harga disampaikan secara jelas dan transparan X _{2.5}) Tidak ada biaya tambahan yang tidak sesuai prosedur
Kualitas Produk (X3)	Kualitas jasa adalah tingkat mutu layanan yang diberikan perusahaan jasa, meliputi keandalan, ketepatan waktu, kompetensi tenaga kerja, serta kesesuaian hasil layanan dengan standar yang ditetapkan dan harapan pelanggan (Herawati et al., 2023).	X _{3.1}) Keandalan dalam memberikan layanan sesuai janji (<i>reliability</i>). X _{3.2}) Ketepatan waktu dalam menyelesaikan layanan (<i>responsiveness</i>). X _{3.3}) Kompetensi dan profesionalisme tenaga kerja (<i>assurance</i>). X _{3.4}) Kesesuaian hasil layanan dengan

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan setelah membandingkan harapan dengan pengalaman nyata terhadap produk dan layanan; tercermin pada rasa puas, niat beli ulang, dan rekomendasi (Ulil Albab Institute, 2024).	standar mutu yang ditetapkan (tangible output). X_{3.5}) Tingkat akurasi dan ketelitian dalam hasil layanan Y₁) Pelanggan merasa puas terhadap produk & layanan Y₂) Pelanggan berniat membeli ulang (repeat order) Y₃) Pelanggan merekomendasikan ke orang lain Y₄) Pelanggan merasa pengalaman menggunakan produk sesuai atau melebihi harapan. Y₅) Pelanggan menilai kualitas layanan konsisten setiap kali melakukan pembelian.

Berdasarkan tabel diketahui variabel penelitian ini adalah:

1. Variabel X:
 - a. Kualitas Pelayanan (X₁)
 - b. Harga (X₂)
 - c. Kualitas Produk (X₃)
2. Variabel Y: Kepuasan Pelanggan

3.5 Subjek Penelitian

3.5.1 Populasi

Berdasarkan (Subhaktiyasa, 2024) populasi dalam kajian kuantitatif dianggap sebagai seluruh area generalisasi yang meliputi objek atau individu dengan ciri-ciri spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini mencakup semua pengguna layanan dari PT Sucofindo Medan yang telah memanfaatkan jasa tersebut antara bulan Juni hingga Juli Tahun 2025. Total populasi yang teridentifikasi adalah 30 individu berdasarkan data pelanggan yang tercatat di PT Sucofindo Medan.

3.5.2 Sampel

Menurut Harto dan rekan-rekan (2024), sampel merupakan segmen dari populasi yang dipandang dapat mencerminkan seluruh sifat populasi itu. Kriteria pemilihan sampel adalah:

1. Pelanggan yang pernah menggunakan minimal 1 layanan PT Sucofindo Medan;
2. Pelanggan yang menggunakan layanan dalam 1 bulan terakhir.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Kuesioner

Kuesioner akan disebarkan kepada para responden untuk mengumpulkan informasi mengenai pandangan mereka terhadap atribut layanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Alat ini akan memakai skala Likert yang terdiri dari 5 poin (1 = Sangat Tidak Puas, 5 = Sangat Puas).

Tabel 3.2
Pemberian Skala Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelayanan	Skor
SH = Sangat Diharapkan	SS = Sangat Setuju	5
H = Diharapkan	S = Setuju	4
N = Netral	N = Netral	3
TH = Tidak Diharapkan	TS = Tidak Setuju	2
STH = Sangat Tidak Diharapkan	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Subhaktiyasa, 2024)

3.6.2 Wawancara

Wawancara mendalam akan berperan krusial dalam pengumpulan data kualitatif. Kegiatan ini akan mencakup rangkaian percakapan terstruktur dengan pelanggan PT Sucofindo Medan yang telah dipilih secara teliti. Tujuan dari wawancara adalah untuk menggali lebih dalam pengalaman individual pelanggan, melampaui angka dan data statistik.

3.6.3 Observasi

Observasi langsung akan dilakukan sebagai metode pendukung untuk memahami proses pelayanan di PT Sucofindo Medan dari sudut pandang yang berbeda. Peneliti akan terlibat langsung di lapangan untuk mengamati hubungan antara staf dan pelanggan, alur kerja pelayanan, serta kondisi fisik lokasi pelayanan.

3.6.4 Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi akan dilakukan untuk menggunakan data sekunder yang sudah ada di PT Sucofindo Medan. Berbagai dokumen perusahaan seperti database pelanggan, laporan pelayanan (waktu penyelesaian, jenis layanan yang banyak

dicari), dan catatan keluhan pelanggan akan dikumpulkan dan dianalisis secara sistematis.

3.7 Teknik Pengolahan Data

Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode analisis data, antara lain analisis deskriptif, indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index – CSI*), dan analisis penting-kepuasan (*Importance-Performance Analysis – IPA*). Sebelum pelaksanaan uji utama tersebut, terlebih dahulu dilakukan uji-uji awal, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan menilai apakah instrumen benar-benar mengukur variabel yang dimaksud (Sabaruddin, Hakim, & Tata, 2024). Uji ini memastikan setiap item pada alat ukur sesuai dengan konstruk yang ingin diukur. Terdapat dua jenis validitas, yaitu validitas faktor yang mengorelasikan skor tiap faktor dengan skor total, serta validitas item yang mengorelasikan skor tiap item dengan skor keseluruhan. Pengujian umumnya menggunakan korelasi product-moment Pearson untuk menentukan apakah item dinyatakan valid atau tidak, dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan:

- r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- N : Jumlah responden atau jumlah pasangan data
- $\sum X$: Jumlah seluruh skor variabel X
- $\sum Y$: Jumlah seluruh skor variabel Y
- $\sum XY$: Jumlah hasil perkalian antara skor X dan Y
- $\sum X^2$: Jumlah kuadrat dari skor X

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dari skor Y

Tabel 3.3
Interpretasi Nilai r

Rentang Nilai r	Interpretasi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Cukup
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 – 0,20	Sangat Rendah

Sumber: Sabaruddin, S., Hakim, R., & Tata, A., 2024

Tanda positif/negatif menunjukkan arah korelasi. Nilai r kemudian dibandingkan dengan tabel nilai kritis r untuk menentukan signifikansi. Jika r kurang dari nilai kritis, maka korelasi tidak signifikan; bila sebaliknya maka signifikan. Untuk menentukan koefisien korelasi yang bisa digeneralisasi, digunakan uji t dengan rumus:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ pada derajat kepercayaan tertentu, maka korelasi dinyatakan signifikan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data yang stabil, di mana semakin tinggi koefisien reliabilitas maka semakin baik kualitas instrumen. Instrumen penelitian dikatakan layak apabila memenuhi syarat valid dan reliabel (Sembiring, Anggraini, & Manulang, 2023). Terdapat tiga metode pengujian reliabilitas, yaitu tes tunggal, tes ulang, dan tes ekuivalen. Pada penelitian ini, reliabilitas diuji menggunakan Cronbach Alpha, dengan kriteria bahwa instrumen dianggap reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60.

3.7.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index* – CSI) sering dipakai untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh lewat pendekatan kuantitatif, yaitu membandingkan rata-rata tingkat kepentingan atribut produk/jasa dengan rata-rata tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan (Sabaruddin, S., Hakim, R., & Tata, A., 2024). Pengukuran CSI mencakup beberapa tahap sebagai berikut:

1. Menentukan tujuan peningkatan kepuasan pelanggan. Metode CSI menghitung *Mean Importance Score* (MIS) yaitu skor rata-rata tingkat harapan pelanggan untuk tiap atribut, dan *Mean Satisfaction Score* (MSS) yaitu skor rata-rata tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

$$MIS = \frac{\sum Y_i}{n}, MSS = \frac{\sum X_i}{n}$$

dimana N = jumlah responden, Y_i = skor kepuasan atribut ke-i, X_i = skor harapan atribut ke-i.

2. Faktor pembobot (*Weighting Factor* – WF) untuk tiap atribut dihitung sebagai:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum MIS} \times 100 \%$$

3. Skor berbobot (*Weighted Score* – WS) untuk tiap atribut dihitung dengan:

$$WS = WFi \times MSSi \times 100\%$$

4. *Weighted Average Total* (WAT) adalah jumlah dari WS semua atribut:

$$WAT = WS_{a1} + WS_{a2} + \dots + WS_{an}$$

5. CSI kemudian dihitung sebagai:

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

dimana HS = skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala 5).
Berdasarkan interpretasi numerik, rentang CSI dapat dikategorikan sebagaimana dari tabel 3.4.

Tabel 3.4
Rentang Kepuasan

Rentang Persentase	Kategori Kepuasan
0 – 20%	Sangat Tidak Puas
>20 – 40%	Tidak Puas
>40 – 60%	Netral
>60 – 80%	Puas
>80 – 100%	Sangat Puas

Sumber: Sabaruddin, S., Hakim, R., & Tata, A., 2024

3.7.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah pendekatan yang digunakan untuk menentukan kebijakan dan strategi yang efektif berdasarkan tingkat kepentingan serta kepuasan terhadap suatu atribut, sehingga membantu perusahaan mengidentifikasi indikator penting yang berpengaruh pada peningkatan kepuasan konsumen (Thongam & Arunkumar Singh, 2024). Melalui pemetaan persepsi pelanggan mengenai pentingnya dan kinerja layanan dalam diagram kartesius empat kuadran, IPA memungkinkan organisasi melihat aspek yang harus dipertahankan, diperbaiki, atau dialihkan prioritasnya. Proses ini memberikan analisis yang mudah dipahami, berbiaya rendah, dan dapat menjadi dasar bagi pengambilan keputusan strategis yang lebih tepat.



Gambar 3.2
Diagram Kartesius IPA

1. Prioritas Utama

Berisi faktor penting bagi pelanggan tetapi memiliki tingkat kepuasan rendah. Perusahaan harus fokus melakukan perbaikan karena aspek ini paling membutuhkan perhatian.

2. Pertahankan Prestasi

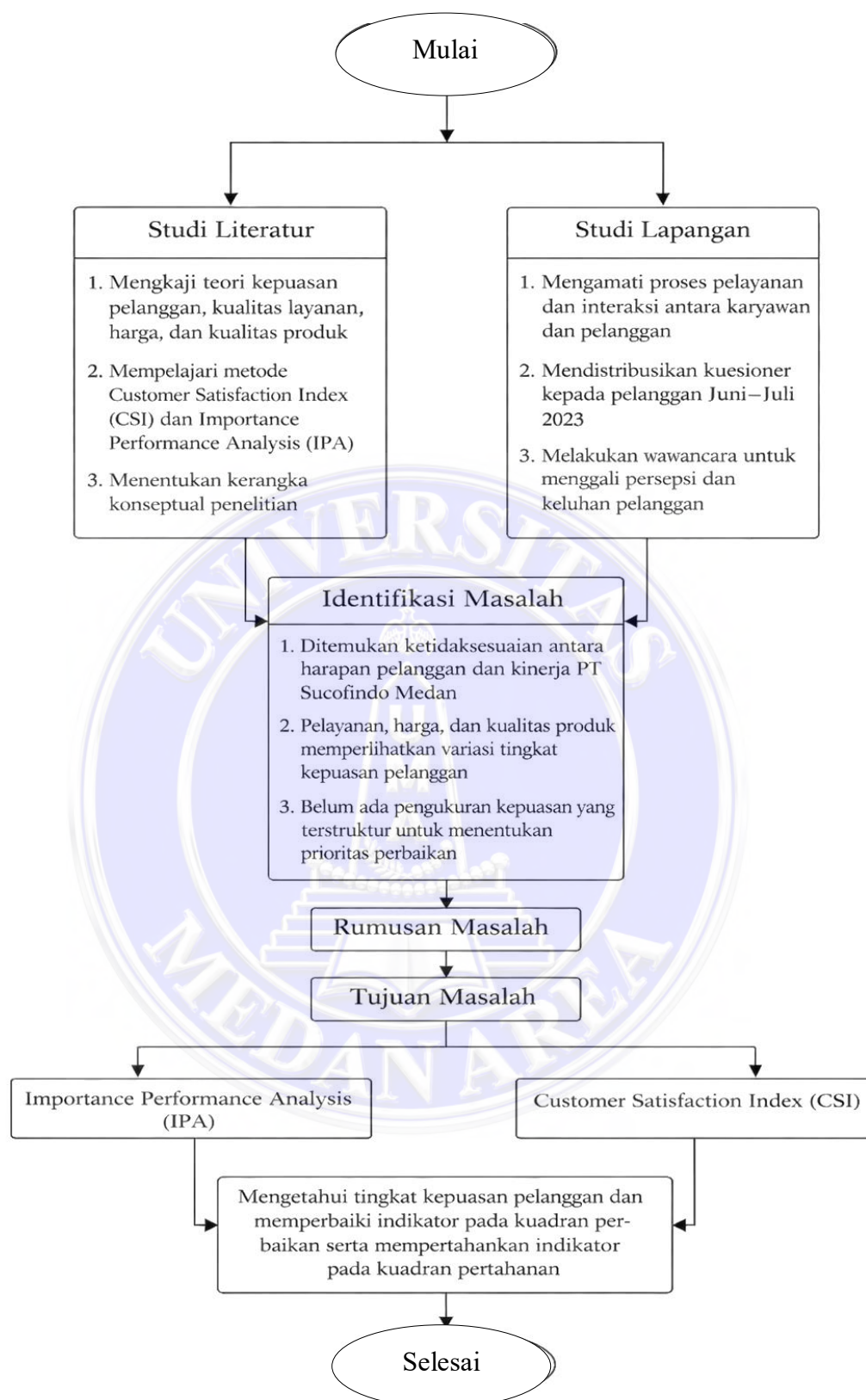
Faktor dalam kuadran ini penting dan sudah memuaskan pelanggan. Perusahaan perlu menjaga kualitasnya agar kepuasan tetap stabil.

3. Prioritas Rendah

Faktor yang dinilai kurang penting dan memiliki kepuasan rendah. Dampaknya kecil sehingga tidak memerlukan perhatian besar.

4. Berlebihan

Faktor yang tidak penting dan kepuasannya tinggi. Sumber daya sebaiknya dialihkan ke area yang lebih membutuhkan perbaikan.



Gambar 3.3
Flowchart Penelitian

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan PT Sucofindo Medan yang dianalisis menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI), maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT Sucofindo Medan berada pada kategori “sangat puas” dengan nilai CSI keseluruhan sebesar 84,24%. Jika ditinjau berdasarkan masing-masing variabel, kualitas pelayanan memperoleh nilai CSI sebesar 84,77%, variabel harga sebesar 83,56%, dan kualitas produk sebesar 83,85%. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa layanan yang diberikan telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Namun demikian, beberapa indikator seperti kecepatan layanan, kenyamanan layanan, dan profesionalisme petugas masih perlu ditingkatkan agar pengalaman pelanggan dapat dirasakan secara lebih optimal dan konsisten di seluruh aspek layanan.
2. Hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) menunjukkan bahwa kualitas layanan PT Sucofindo Medan secara umum berada pada kategori “sangat sesuai”, dengan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 85,46%. Rata-rata tingkat kesesuaian pada setiap variabel juga menunjukkan hasil yang tinggi, yaitu kepuasan layanan sebesar 83,63%,

harga sebesar 85,42%, kualitas produk sebesar 84,82%, dan kepuasan pelanggan sebesar 87,96%.

3. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar atribut layanan telah memenuhi harapan pelanggan. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa indikator yang memiliki tingkat kesesuaian di bawah rata-rata, seperti kecepatan layanan dengan nilai 78,92% dan kenyamanan layanan sebesar 80,41%, sehingga memerlukan perhatian dan perbaikan agar mutu pelayanan dapat semakin optimal dan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil pemetaan kuadran IPA, terdapat lima atribut yang masuk ke dalam Kuadran I (Prioritas Perbaikan), yaitu Y1.1 (Kepuasan Layanan), Y1.2 (Niat Beli Ulang), Y1.3 (Rekomendasi Pelanggan), X1.2 (Sikap Petugas), dan X3.2 (Ketepatan Waktu Layanan). Kelima atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan masih relatif rendah, sehingga menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual perusahaan. Oleh karena itu, PT Sucofindo Medan perlu memfokuskan upaya perbaikan pada peningkatan kualitas layanan inti, percepatan proses layanan, serta penguatan pengalaman pelanggan guna meningkatkan loyalitas dan daya saing perusahaan.

Dengan demikian, PT Sucofindo Medan perlu mempertahankan atribut layanan yang telah memiliki kinerja baik, sekaligus berfokus pada peningkatan aspek-aspek layanan yang masih menjadi keluhan pelanggan, sehingga penurunan jumlah pelanggan dapat dicegah dan loyalitas pelanggan dapat kembali meningkat..

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan kepada PT Sucofindo Medan adalah sebagai berikut:

1. PT Sucofindo Medan perlu memfokuskan perbaikan pada atribut Kuadran I yang berkepentingan tinggi namun berkepuasan rendah, terutama kecepatan layanan, keterjangkauan harga, serta pengalaman pelanggan. Optimalisasi SOP, percepatan proses operasional, dan evaluasi ulang struktur tarif penting dilakukan untuk meningkatkan kepuasan secara signifikan. Selain itu, atribut Kuadran III seperti kenyamanan layanan, kejelasan informasi, transparansi biaya, dan profesionalisme petugas tetap perlu diperbaiki secara bertahap agar pengalaman pelanggan meningkat secara menyeluruh dan konsisten.
2. Atribut pada Kuadran II yang telah dinilai baik seperti keandalan petugas dan kewajaran biaya harus dijaga melalui monitoring rutin dan peningkatan konsistensi pelayanan. Mengingat adanya tren penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2025, perusahaan perlu memperkuat komunikasi, meningkatkan layanan berbasis teknologi, serta merumuskan strategi pelayanan yang lebih adaptif untuk mempertahankan dan menarik kembali pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel seperti loyalitas pelanggan, citra perusahaan, dan kualitas layanan digital agar analisis menjadi lebih luas dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: Deepublish.
- Januardin, J., Hutagaol, J., & Bangun, N. B. (2021). Kepuasan Pelanggan. Medan: Unpri Press.
- Jayanto, I. (2017). Dialah Sang Raja (Analisis Kepuasan Pasien Peserta Jaminan Kesehatan Nasional dengan Matriks Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index). CV. Wade Group / BuatBuku.com.
- Noviaristanti, S. (Ed.). (2023). Contemporary Research on Management and Business. CRC Press / Taylor & Francis Group.
- Ratama. (2021). Manajemen kepuasan dan independensi dalam evaluasi lembaga publik.
- Titi Sulistiyawati. (2021). Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan metode IPA.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Satisfaction in the Digital Edge – Edisi Indonesia. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Zagloel, Y. M., & Nurcahyo, R. (2023). TQM: Manajemen Kualitas Total dalam Perspektif Teknik Industri (Edisi 2). Depok: UI Publishing.

B. JURNAL

- Affiudin, F., & Sulistiyawati, L. (2020). Jurnal Bisnis Indonesia, 10(2), 238–251.
- Anggraini, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2020). Jurnal Industri, 4(2), 74–81.
- Basem, & Marina. (2024). Jurnal Administrasi Publik, 12(1), 45–57.
- Dimas, R. F., Muzzamil, F., & Larasati, W. (2024). Ekoma, 3(1), 45–56.
- Enjelita, & Munthe. (2025). Jurnal Manajemen dan Bisnis, 10(2), 134–142.
- Fikri, R. M. M. (2023). Al-Qalam, 29(2), 155–166.

Hakim, A. L. (2023). Jurnal Bisnis dan Keuangan (JBK), 12(2), 101–110.

C. PROSIDING / SEMINAR

Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2021). Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan ITATS, 6(2), 339–344.

PPIMAN. (2024). Prosiding Seminar Nasional PPIMAN, 5(1), 77–85.



Lampiran 1.Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan

1. Validitas

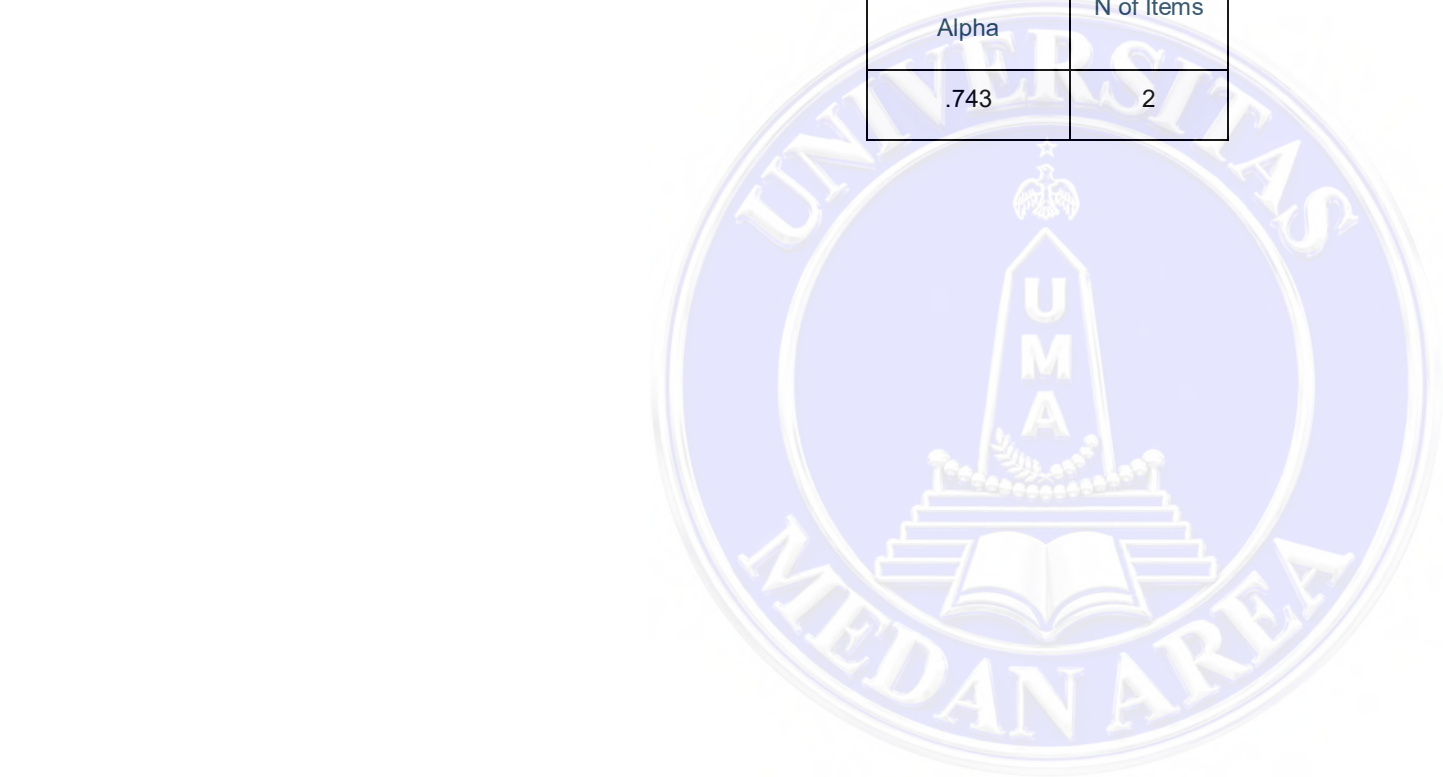
Correlations																						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOT AL
X1.1	Pearson Correlation	1	.772**	.679**	.622**	.619**	.688**	.672**	.675**	.574**	.616**	.671**	.554**	.617**	.658**	.708**	.602**	.727**	.722**	.641**	.694**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X1.2	Pearson Correlation	.772**	1	.611**	.488**	.591**	.566**	.569**	.600**	.454**	.610**	.576**	.506**	.583**	.619**	.904**	.542**	.659**	.701**	.560**	.629**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X1.3	Pearson Correlation	.679**	.611**	1	.588**	.640**	.646**	.605**	.650**	.479**	.558**	.659**	.641**	.564**	.631**	.621**	.573**	.547**	.534**	.625**	.660**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

X1.4	Pearson Correlation	.622**	.488**	.588**	1	.654**	.535**	.679**	.563**	.566**	.499**	.610**	.500**	.636**	.520**	.444**	.403**	.539**	.546**	.586**	.557**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X1.5	Pearson Correlation	.619**	.591**	.640**	.654**	1	.608**	.597**	.569**	.537**	.623**	.693**	.565**	.517**	.609**	.571**	.584**	.554**	.525**	.582**	.620**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.1	Pearson Correlation	.688**	.566**	.646**	.535**	.608**	1	.639**	.599**	.591**	.610**	.646**	.555**	.583**	.910**	.515**	.647**	.604**	.536**	.736**	.924**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.2	Pearson Correlation	.672**	.569**	.605**	.679**	.597**	.639**	1	.616**	.550**	.607**	.547**	.607**	.698**	.640**	.535**	.581**	.637**	.617**	.582**	.663**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.3	Pearson Correlation	.675**	.600**	.650**	.563**	.569**	.599**	.616**	1	.544**	.681**	.725**	.659**	.710**	.604**	.513**	.703**	.717**	.676**	.744**	.613**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.4	Pearson Correlation	.574**	.454**	.479**	.566**	.537**	.591**	.550**	.544**	1	.411**	.554**	.521**	.579**	.594**	.396**	.473**	.514**	.487**	.539**	.604**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X2.5	Pearson Correlation	.616**	.610**	.558**	.499**	.623**	.610**	.607**	.681**	.411**	1	.649**	.512**	.688**	.661**	.590**	.835**	.651**	.573**	.590**	.685**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3.1	Pearson Correlation	.671**	.576**	.659**	.610**	.693**	.646**	.547**	.725**	.554**	.649**	1	.644**	.580**	.663**	.572**	.684**	.742**	.655**	.639**	.657**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3.2	Pearson Correlation	.554**	.506**	.641**	.500**	.565**	.555**	.607**	.659**	.521**	.512**	.644**	1	.631**	.585**	.539**	.518**	.650**	.570**	.605**	.573**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3.3	Pearson Correlation	.617**	.583**	.564**	.636**	.517**	.583**	.698**	.710**	.579**	.688**	.580**	.631**	1	.595**	.549**	.641**	.724**	.618**	.634**	.601**	.799**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3.4	Pearson Correlation	.658**	.619**	.631**	.520**	.609**	.910**	.640**	.604**	.594**	.661**	.663**	.585**	.595**	1	.596**	.693**	.619**	.612**	.685**	.983**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
X3.5	Pearson Correlation	.708**	.904**	.621**	.444**	.571**	.515**	.535**	.513**	.396**	.590**	.572**	.539**	.549**	.596**	1	.574**	.639**	.646**	.475**	.574**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y1.1	Pearson Correlation	.602**	.542**	.573**	.403**	.584**	.647**	.581**	.703**	.473**	.835**	.684**	.518**	.641**	.693**	.574**	1	.702**	.540**	.625**	.665**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y1.2	Pearson Correlation	.727**	.659**	.547**	.539**	.554**	.604**	.637**	.717**	.514**	.651**	.742**	.650**	.724**	.619**	.639**	.702**	1	.715**	.638**	.624**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63

Y1.3	Pearson Correlation	.722**	.701**	.534**	.546**	.525**	.536**	.617**	.676**	.487**	.573**	.655**	.570**	.618**	.612**	.646**	.540**	.715**	1	.618**	.603**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y1.4	Pearson Correlation	.641**	.560**	.625**	.586**	.582**	.736**	.582**	.744**	.539**	.590**	.639**	.605**	.634**	.685**	.475**	.625**	.638**	.618**	1	.697**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
Y1.5	Pearson Correlation	.694**	.629**	.660**	.557**	.620**	.924**	.663**	.613**	.604**	.685**	.657**	.573**	.601**	.983**	.574**	.665**	.624**	.603**	.697**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.850**	.788**	.787**	.727**	.776**	.821**	.794**	.824**	.696**	.791**	.827**	.751**	.799**	.844**	.753**	.790**	.828**	.784**	.805**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63	63



2. Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	2

Lampiran 2.Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepuasan

1. Validitas

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOT AL
X1.1	Pearson Correlation	1	.549**	.324**	.278*	.192	.500**	.303**	.344**	.196	.347**	.351**	.210	.208	.408**	.538**	.250*	.424**	.481**	.258*	.481**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.012	.087	.000	.006	.002	.081	.002	.001	.061	.064	.000	.000	.025	.000	.000	.021	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.549**	1	.264*	.123	.300**	.280*	.305**	.272*	.109	.368**	.222*	.206	.253*	.330**	.795**	.245*	.384**	.432**	.248*	.386**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.276	.007	.012	.006	.015	.336	.001	.048	.067	.024	.003	.000	.029	.000	.000	.027	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.324**	.264*	1	.209	.219	.352**	.237*	.330**	.085	.204	.313**	.323**	.226*	.341**	.329**	.183	.122	.167	.222*	.360**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.003	.018		.063	.051	.001	.035	.003	.453	.070	.005	.004	.044	.002	.003	.105	.283	.138	.047	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.278*	.123	.209	1	.267*	.223*	.408**	.151	.277*	.143	.263*	.172	.263*	.171	.110	-.048	.170	.216	.251*	.232*	.425**

	Sig. (2-tailed)	.012	.276	.063		.017	.047	.000	.180	.013	.207	.019	.128	.019	.129	.332	.673	.131	.054	.025	.039	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.5	Pearson Correlation	.192	.300**	.219	.267*	1	.281*	.202	.133	.097	.323**	.319**	.180	.057	.233*	.266*	.207	.065	.068	.150	.285*	.417**
	Sig. (2-tailed)	.087	.007	.051	.017		.012	.072	.238	.394	.003	.004	.110	.618	.038	.017	.065	.565	.547	.184	.010	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.1	Pearson Correlation	.500**	.280*	.352**	.223*	.281*	1	.336**	.291**	.296**	.399**	.402**	.282*	.248*	.844**	.298**	.403**	.299**	.238*	.507**	.861**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.001	.047	.012		.002	.009	.008	.000	.000	.011	.027	.000	.007	.000	.007	.033	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.303**	.305**	.237*	.408**	.202	.336**	1	.214	.211	.320**	.125	.326**	.401**	.304**	.226*	.243*	.347**	.229*	.218	.378**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.006	.006	.035	.000	.072	.002		.057	.060	.004	.270	.003	.000	.006	.044	.030	.002	.041	.052	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.344**	.272*	.330**	.151	.133	.291**	.214	1	.086	.423**	.420**	.343**	.441**	.264*	.177	.401**	.401**	.384**	.410**	.299**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.002	.015	.003	.180	.238	.009	.057		.447	.000	.000	.002	.000	.018	.116	.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

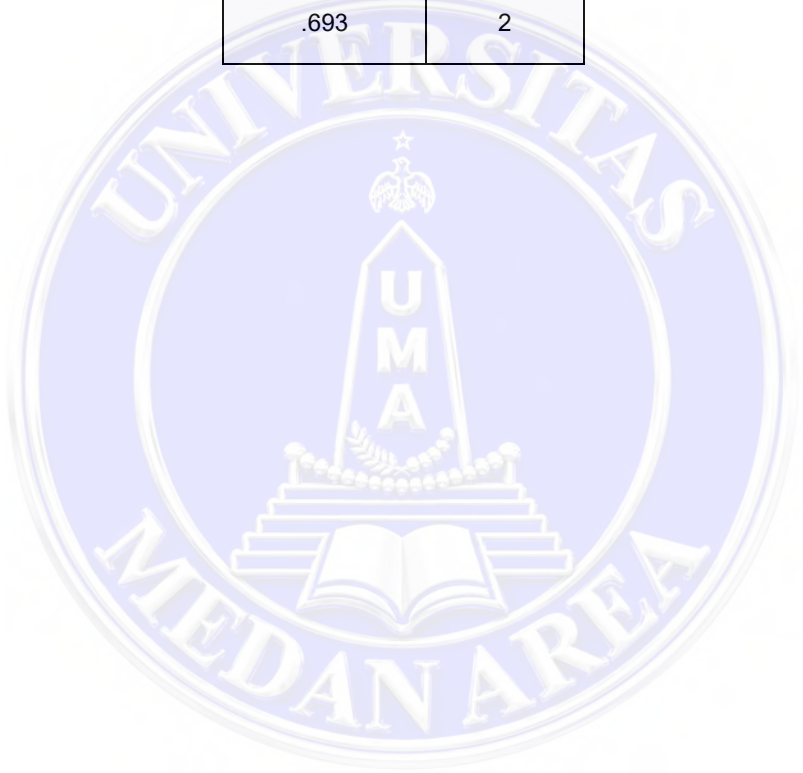
X2.4	Pearson Correlation	.196	.109	.085	.277*	.097	.296**	.211	.086	1	-.006	.153	.191	.206	.314**	.052	.065	.084	.152	.184	.304**	.365**
	Sig. (2-tailed)	.081	.336	.453	.013	.394	.008	.060	.447		.958	.176	.089	.067	.005	.649	.567	.459	.177	.102	.006	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.347**	.368**	.204	.143	.323**	.399**	.320**	.423**	-.006	1	.373**	.215	.390**	.447**	.379**	.706**	.408**	.231*	.272*	.494**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.070	.207	.003	.000	.004	.000	.958		.001	.055	.000	.000	.001	.000	.000	.039	.015	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.1	Pearson Correlation	.351**	.222*	.313**	.263*	.319**	.402**	.125	.420**	.153	.373**	1	.325**	.171	.378**	.292**	.388**	.453**	.329**	.247*	.379**	.589**
	Sig. (2-tailed)	.001	.048	.005	.019	.004	.000	.270	.000	.176	.001		.003	.129	.001	.008	.000	.000	.003	.027	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.210	.206	.323**	.172	.180	.282*	.326**	.343**	.191	.215	.325**	1	.283*	.301**	.274*	.193	.384**	.237*	.284*	.319**	.524**
	Sig. (2-tailed)	.061	.067	.004	.128	.110	.011	.003	.002	.089	.055	.003		.011	.007	.014	.087	.000	.034	.011	.004	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.208	.253*	.226*	.263*	.057	.248*	.401**	.441**	.206	.390**	.171	.283*	1	.228*	.242*	.279*	.399**	.297**	.235*	.255*	.525**
	Sig. (2-tailed)	.064	.024	.044	.019	.618	.027	.000	.000	.067	.000	.129	.011		.042	.031	.012	.000	.007	.036	.023	.000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	.408**	.330**	.341**	.171	.233*	.844**	.304**	.264*	.314**	.447**	.378**	.301**	.228*	1	.381**	.442**	.290**	.329**	.407**	.926**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.002	.129	.038	.000	.006	.018	.005	.000	.001	.007	.042		.000	.000	.009	.003	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	.538**	.795**	.329**	.110	.266*	.298**	.226*	.177	.052	.379**	.292**	.274*	.242*	.381**	1	.306**	.374**	.415**	.138	.352**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.332	.017	.007	.044	.116	.649	.001	.008	.014	.031	.000		.006	.001	.000	.223	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y1.1	Pearson Correlation	.250*	.245*	.183	-.048	.207	.403**	.243*	.401**	.065	.706**	.388**	.193	.279*	.442**	.306**	1	.396**	.150	.282*	.446**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.025	.029	.105	.673	.065	.000	.030	.000	.567	.000	.000	.087	.012	.000	.006		.000	.184	.011	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y1.2	Pearson Correlation	.424**	.384**	.122	.170	.065	.299**	.347**	.401**	.084	.408**	.453**	.384**	.399**	.290**	.374**	.396**	1	.370**	.263*	.310**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.283	.131	.565	.007	.002	.000	.459	.000	.000	.000	.000	.009	.001	.000		.001	.019	.005	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y1.3	Pearson Correlation	.481**	.432**	.167	.216	.068	.238*	.229*	.384**	.152	.231*	.329**	.237*	.297**	.329**	.415**	.150	.370**	1	.232*	.325**	.550**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.138	.054	.547	.033	.041	.000	.177	.039	.003	.034	.007	.003	.000	.184	.001		.039	.003	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y1.4	Pearson Correlation	.258*	.248*	.222*	.251*	.150	.507**	.218	.410**	.184	.272*	.247*	.284*	.235*	.407**	.138	.282*	.263*	.232*	1	.403**	.535**
	Sig. (2-tailed)	.021	.027	.047	.025	.184	.000	.052	.000	.102	.015	.027	.011	.036	.000	.223	.011	.019	.039		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y1.5	Pearson Correlation	.481**	.386**	.360**	.232*	.285*	.861**	.378**	.299**	.304**	.494**	.379**	.319**	.255*	.926**	.352**	.446**	.310**	.325**	.403**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.039	.010	.000	.001	.007	.006	.000	.001	.004	.023	.000	.001	.000	.005	.003	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.666**	.626**	.506**	.425**	.417**	.728**	.549**	.578**	.365**	.641**	.589**	.524**	.525**	.732**	.617**	.560**	.593**	.550**	.535**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																						

2. Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.693	2



Lampiran 3. Hasil Angket Kepentingan

No	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	Y 1. 1	Y 1. 2	Y 1. 3	Y 1. 4	Y 1. 5
1	3	4	3	2	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
2	4	3	4	3	5	4	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3
3	2	3	2	4	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3
4	5	4	3	4	3	4	5	3	4	3	3	4	5	3	5	5	3	4	5	5
5	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2
6	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	3	3
7	2	3	3	2	4	3	4	2	3	4	4	2	3	4	2	3	4	3	3	4
8	4	4	5	4	3	5	4	3	4	3	3	5	3	4	4	5	3	4	3	4
9	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2
10	5	4	4	3	4	5	3	4	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	3
11	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4
12	4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5
13	2	3	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	4	4
14	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
15	4	4	2	3	4	5	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
16	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
17	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4
18	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	3	3
19	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2
20	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5
21	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
22	5	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4
23	2	4	3	4	2	3	4	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	4	3	4
24	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	3	4	3	4	5	5	4	4	5
25	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
26	4	5	3	5	3	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	5
27	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	2
28	3	4	3	4	5	4	3	5	4	5	3	4	3	5	3	5	3	4	3	3
29	3	2	3	4	2	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4
30	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5
31	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
32	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3
33	2	3	2	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2
34	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	5	3	5	3	5	5	5	4	5	4
35	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4
36	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5
37	2	3	3	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	4	2	3	4	3	2	2
38	4	4	5	4	3	3	4	3	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4

39	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2
40	5	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	5
41	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
42	4	5	3	4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
43	2	3	2	3	4	3	2	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	2
44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
45	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2
46	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4
47	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3
48	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	5
49	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
50	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
51	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
52	4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	5	3	5	5	3
53	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4
54	4	4	5	4	3	5	4	3	5	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4
55	3	2	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2
56	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5
57	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
58	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	3
59	2	3	2	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2
60	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	3	5
61	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
62	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
63	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
64	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
65	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3
66	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
67	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2
68	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
69	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3
70	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
71	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
72	4	5	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3
73	2	3	2	3	4	3	2	4	3	4	2	3	4	3	2	3	2	3	4	2
74	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
75	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2
76	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4
77	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	2	3
78	4	5	4	5	3	4	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	5
79	3	4	3	2	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3
80	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Lampiran 4. Hasil Angket Kepuasan

No	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	Y 1. 1	Y 1. 2	Y 1. 3	Y 1. 4	Y 1. 5
1	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
2	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4
9	4	3	5	3	4	4	3	4	5	2	4	3	3	4	3	5	4	3	4	4
10	4	5	4	3	5	4	3	3	3	5	5	3	3	4	5	5	4	3	3	4
11	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3
13	4	3	4	5	3	3	5	4	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3
14	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
15	5	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	3	3	4	3	4	5	5	3
16	5	3	5	5	4	5	5	3	4	3	5	3	3	5	3	3	3	5	4	5
17	4	4	5	3	5	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	4	3	5	4	3
18	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4
20	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
21	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
22	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5
23	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
24	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
25	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
26	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
27	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
28	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
29	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
30	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
31	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
32	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4
33	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	3	5	5
35	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4

39	4	3	2	5	5	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4
40	5	3	4	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4
41	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
42	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
43	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3
44	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	3	5	3	4	5	5	4	5	3
46	4	3	5	3	4	5	3	5	4	5	5	5	3	5	3	5	4	3	5	5
47	4	4	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	3
48	4	4	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
49	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
50	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	2	4	4	5	5	5
51	4	5	5	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
52	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
53	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
54	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
55	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
56	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4
57	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5
58	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
60	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	5	4
61	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
62	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
63	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
64	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
67	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
68	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
69	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
70	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
73	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
74	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
75	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
77	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
78	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5
79	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
80	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5

Sumber : Data Primer Diolah, 2025

Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Wawancara dengan pengunjung 1



Gambar 2. Wawancara dengan karyawan 1



Gambar 3. Wawancara dengan karyawan



Gambar 4. Wawancara dengan pengunjung 2

Lampiran 5. Surat Riset



SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan :

Nama : Muhammad Rehan
NPM : 228150058
Universitas : Medan Area

Telah selesai melaksanakan pengumpulan data research perusahaan kami terhitung mulai tanggal 22 Oktober s/d 21 November 2025.

Selanjutnya data-data yang diperoleh untuk tidak disebarluaskan khususnya yang terkait dengan bisnis PT SUCOFINDO.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 24 November 2025


SUCOFINDO
HR & GA Officer 4



UNIVERSITAS MEDAN AREA

PT SUCOFINDO (PERSERO)
HEAD OFFICE
Graha Sucofindo
Jl. KH. Cusur Amin Kav. 34
Jakarta, Indonesia 12780

MEDAN BRANCH
Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 5,5
No. 105, Medan, Sumatera Utara 20122

☎ +62 61 8453880 (Pusat)
☎ +62 61 8452568
✉ medan@ucofindo.co.id
www.ucofindo.co.id
SUCOFINDO OFFICIAL SUCOFINDO www.ucofindo.co.id

CS Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 6. Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS TEKNIK

Kampus I : Jalan Kalam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, (061) 8225602, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.teknik.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 529/FT.5/01.10/X/2025 21 Oktober 2025
 Lamp : -
 Hal : **Penelitian Dan Pengambilan Data Tugas Akhir**

Yth. Pimpinan PT. Sucofindo Cabang Medan
 Jalan Gatot Subroto No. 105, Km. 5.5, Sei Sikambing B Kec. Medan Sunggal
 Di
 Medan

Dengan hormat,
 Kami mohon kesediaan Bapak/Ibu berkenan untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami tersebut dibawah ini :

NO	NAMA	NPM	PRODI
1	MUHAMMAD REHAN	228150058	Teknik Industri

Untuk melaksanakan Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir pada perusahaan/Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Perlu kami jelaskan bahwa Pengambilan Data tersebut adalah semata-mata untuk tujuan ilmiah dan Skripsi yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Teknik Universitas Medan Area dan tidak untuk dipublikasikan, dengan judul penelitian :

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) PT. SUCOFINDO CABANG MEDAN

Atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.


DEKAN, ST, MT

Tembusan :
 1. Ka. BPMPP
 2. Mahasiswa
 3. File

Lampiran 7. Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN
KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
SUCOFINDO MEDAN

Petunjuk Pengisian:
Berilah tanda centang (✓) atau silang (X) pada jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan pengalaman Anda selama menggunakan layanan SUCOFINDO Medan. Jawaban Anda sangat berarti untuk peningkatan kualitas pelayanan.

Data Responden:

Nama Responden Ary Rachmat Maulana

Umur Responden 26

Jenis Kelamin ☒ (a) Laki-laki ☐ (b) Perempuan

Tingkat Pendidikan ☐ (a) SMA ☒ (b) Sarjana ☐ (c) Pascasarjana ☐ (d) Doktor

Pekerjaan ☐ (a) Pegawai Negeri Sipil ☐ (b) Pegawai Swasta ☐ (c) Polisi ☒ (d) BUMN ☐ (e) Lainnya: _____

Gaji ☐ (a) Rp.500.000 – Rp.3.000.000 ☒ (b) Rp.3.000.001 – Rp.6.000.000 ☐ (c) Rp.6.000.001 – Rp.8.000.000 ☐ (d) > Rp.8.000.001

Skala Penilaian

Skala	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

CS Dipindai dengan CamScanner

1	Variabel X3 – Kualitas Produk/Jasa	PT Sucofindo Medan memberikan layanan sesuai dengan janji yang telah ditetapkan				✓					✓	
2		Layanan diselesaikan tepat waktu sesuai dengan prosedur yang dijanjikan				✓				✓		
3		Petugas memiliki kompetensi dan profesionalisme dalam memberikan layanan				✓					✓	
4		Hasil layanan yang diberikan akurat dan dapat dipercaya.					✓			✓		
5		Proses pelayanan berjalan sesuai prosedur dan standar mutu yang berlaku.					✓			✓		
1	Variable Y - Kepuasan Pelanggan	Pelanggan merasa puas terhadap produk & layanan				✓					✓	
2		Pelanggan berniat membeli ulang (repeat order)				✓					✓	
3		Pelanggan merekomendasikan ke orang lain				✓					✓	
4		Pelanggan merasa pengalaman menggunakan produk sesuai atau melebihi harapan.				✓					✓	
5		Pelanggan menilai kualitas layanan konsisten setiap kali melakukan pembelian.					✓				✓	

CS Dipindai dengan CamScanner

A. Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Kepentingan					Kepuasan				
			STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Variabel X1 – Kualitas Pelayanan	Petugas PT Sucofindo Medan merespons kebutuhan saya dengan cepat dan sigap					✓			✓		
2		Petugas memberikan pelayanan dengan sikap yang ramah dan sopan					✓				✓	
3		Saya merasa aman dan nyaman selama proses pelayanan berlangsung					✓			✓		
4		Petugas memberikan informasi layanan dengan jelas dan mudah dipahami.				✓			✓			
5		Petugas menunjukkan kesungguhan dan keandalan dalam menyelesaikan layanan.					✓				✓	
1	Variabel X2 – Harga	Biaya layanan PT Sucofindo Medan saya anggap terjangkau					✓			✓		
2		Harga layanan sesuai dengan kualitas yang saya terima				✓					✓	
3		Harga layanan PT Sucofindo Medan cukup kompetitif dibandingkan penyedia layanan lain				✓				✓		
4		Informasi mengenai biaya layanan disampaikan secara jelas dan transparan.					✓		✓			
5		Biaya tambahan (jika ada) sesuai dengan prosedur dan tidak berlebihan					✓				✓	

CS Dipindai dengan CamScanner