

## **Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Coffe Shop Menggunakan Metode CSI**

**Rahmi Ramadhani<sup>1</sup>, Abdullah Muhazir<sup>2</sup>, Elfitriani<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup> Sistem Informasi, STMIK Triguna Dharma

<sup>3</sup> Manajemen Informatika STMIK Triguna Dharma

Email: <sup>1</sup>rahmiramdhani2001@gmail.com, <sup>2</sup>Muhazir@gmail.com, <sup>3</sup>trianielfi@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: rahmiramdhani2001@gmail.com

### **Abstrak**

Loyalitas pelanggan tidak terlepas dari kepuasan yang sudah dirasakan oleh pelanggan tersebut. Semakin baik kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan yang disebabkan kepuasan yang dirasakan. Namun, yang terjadi di Kalani Coffe Shop Tanjung Morawa adalah belum adanya sebuah sistem komputerisasi ataupun aplikasi yang digunakan sebagai tolak ukur kepuasan pelanggan, sehingga pihak Kalani Coffe Shop terkendala dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan ataupun kualitas pelayanan yang telah diberikan terhadap pelanggan tersebut. Hal tersebut dinilai tidak efektif dari segi waktu karena akan menimbulkan proses penilaian yang lama apabila hasil kuisioner yang tadinya diisi oleh pelanggan harus dihitung secara satu-persatu untuk mencari kesimpulan tingkat kepuasan dari pelanggan tersebut. Maka dari itu dibangunlah sebuah Sistem Pendukung Keputusan yang dapat melakukan penilaian dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap Coffe Shop. Sistem ini nantinya akan menggunakan metode CSI sebagai metode komputasi. Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut kualitas jasa yang diukur. Hasil yang diperoleh adalah terciptanya sebuah sistem yang akan memberikan output (keluaran) berupa nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap sebuah Coffe Shop serta nilai skor GAP pada setiap indikator, hasil tersebut diharapkan dapat membantu pihak Kalani Coffe Shop Tanjung Morawa dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Sistem Pendukung Keputusan, Tingkat Kepuasan, Pelanggan, Metode CSI.

### **Abstract**

*Customer loyalty cannot be separated from the satisfaction felt by the customer. The better customer satisfaction, the higher customer loyalty will be due to perceived satisfaction. However, what happened at Kalani Coffee Shop Tanjung Morawa was that there was no computerized system or application that was used as a benchmark for customer satisfaction, so that the Kalani Coffee Shop was hampered in measuring the level of customer satisfaction or the quality of service provided to these customers. This is considered ineffective in terms of time because it will lead to a long assessment process if the results of questionnaires previously filled in by customers must be calculated one by one to find conclusions about the level of satisfaction of the customer. Therefore, a Decision Support System was built that can carry out assessments in determine the level of customer satisfaction with the Coffee Shop. This system will later use the CSI method as a computing method. The Customer Satisfaction Index (CSI) is used to determine the overall level of customer satisfaction with an approach that considers the level of importance of the service quality attributes being measured. The results obtained are the creation of a system that will provide output in the form of a value for the level of customer satisfaction with a Coffee Shop as well as a GAP score for each indicator. These results are expected to help Kalani Coffee Shop Tanjung Morawa in measuring the level of customer satisfaction.*

**Keyword:** Decision Support System, Satisfaction Index, Customer, CSI Method.

## **1. PENDAHULUAN**

Bisnis Cafe maupun Coffe Shop saat ini sangat berkembang pesat di kota-kota besar, banyak berdiri bermacam-macam Coffe Shop dengan ciri khas dan keunikannya masing-masing. Hal ini tentu dapat menimbulkan persaingan yang sangat kuat dalam memenuhi berbagai macam hal yang dibutuhkan pelanggan mulai dari kenyamanan, menu makanan dan minuman sampai dengan keunikan yang dimiliki sebuah Coffe Shop [1]. Oleh karena itu, owner atau pemilik dari Coffe Shop berupaya menciptakan ciri khas dan keunggulan dari berbagai faktor yang dapat menarik konsumen untuk membeli produk-produknya. Faktor-faktor tersebut misalnya fasilitas pelayanan, harga maupun produk dengan ragam dan kualitas yang lebih unggul dibanding para pesaingnya. Karena kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk ditingkatkan dan dipertahankan.

Loyalitas pelanggan tidak terlepas dari kepuasan yang sudah dirasakan oleh pelanggan tersebut. Semakin baik kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi loyalitas pelanggan yang disebabkan kepuasan yang dirasakan. Kepuasan pelanggan juga dapat berarti perasaan senang atau tidak senang seseorang terhadap suatu produk setelah membandingkan kinerja produk tersebut sesuai harapan. Kepuasan pelanggan juga merupakan sebuah konsep abstrak dimana kepuasan yang bervariasi dari individu terhadap produk, tergantung pada sejumlah harapan individu. Kepuasan pelanggan meningkat ketika pelanggan merasa penjual telah adil dalam transaksi.

Seperti yang terjadi di Kalani Coffe Shop Tanjung Morawa yaitu belum adanya sebuah sistem komputerisasi ataupun aplikasi yang digunakan sebagai tolak ukur kepuasan pelanggan, sehingga pihak Kalani Coffe Shop terkendala dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan ataupun kualitas pelayanan yang telah diberikan terhadap pelanggan tersebut. Sistem penilaian kepuasan yang dilakukan terkadang masih dengan membagikan sebuah kuisioner berbentuk

kertas dan dapat diisi oleh pelanggan yang datang. Hal tersebut dinilai tidak efektif dari segi waktu karena akan menimbulkan proses penilaian yang lama apabila hasil kuisioner yang tadinya diisi oleh pelanggan harus dihitung secara satu-persatu untuk mencari kesimpulan tingkat kepuasan dari pelanggan tersebut. Penggunaan dokumen fisik juga memperbesar resiko adanya kehilangan atau rusaknya data yang menghambat proses penilaian. Oleh karena itu, maka akan dibangun sebuah Sistem Pendukung Keputusan (SPK).

Sistem pendukung keputusan (SPK) merupakan sistem informasi interaksi yang menyediakan informasi, pemodelan, dan manipulasi data [2]. Selain itu Sistem Pendukung Keputusan juga merupakan sistem berbasis komputer yang mampu memecahkan masalah manajemen dalam menghasilkan alternatif terbaik untuk mendukung keputusan yang diambil oleh pengambil keputusan [3]. Sistem Pendukung Keputusan adalah sebuah sistem yang mampu untuk memberikan kemampuan pemecahan masalah maupun kemampuan pengkomunikasian untuk masalah dengan kondisi semi terstruktur dan tak terstruktur dimana tak seorangpun tahu secara pasti bagaimana keputusan seharusnya akan dibuat [4]. Sistem Pendukung Keputusan juga merupakan sistem berbasis komputer yang mampu memecahkan masalah manajemen dalam menghasilkan alternatif terbaik untuk mendukung keputusan yang diambil oleh pengambil keputusan [5]. Secara umum sistem pendukung keputusan (SPK) didefinisikan sebagai bagian dari sistem informasi berbasis komputer termasuk sistem berbasis pengetahuan atau manajemen pengetahuan yang dipakai untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi atau perusahaan [6].

Pada penelitian yang berjudul “Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Lokasi Pembangunan Perumahan Type 36 M/S” di tahun 2019, SPK sudah pernah digunakan dan mampu memberikan rekomendasi lokasi strategis secara cepat dan tepat, maka diharapkan pada penelitian ini SPK juga akan menyelesaikan masalah tersebut [7].

Dalam Sistem pendukung keputusan dibutuhkan sebuah metode komputasi dalam proses penilaian alternatif hingga Dalam sebuah sistem diperlukan sebuah metode komputasi yang dapat memproses data berdasarkan prosedur khusus serta memiliki tingkat akurat yang sangat tinggi yaitu metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dinilai sangat mampu menyelesaikan sebuah input kedalam sebuah output tanpa mengabaikan faktor-faktor yang ada dan hasil akhirnya adalah kepuasan pelanggan diyakini sangat fleksibel dan memiliki toleransi terhadap data yang ada [8].

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Tahapan Penelitian

Dalam metode penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap *coffe shop* memiliki beberapa bagian penting, yaitu sebagai berikut :

a. Teknik Pengumpulan Data (*Data Collecting*)

*Data Collecting* adalah suatu teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

1. Pengamatan Langsung (*Observasi*)

2. Wawancara (*Interview*)

b. Studi Kepustakaan (*Study of Literature*)

c. Penerapan Metode CSI dalam pengolahan data menjadi sebuah kesimpulan

### 2.2 Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan sebuah aplikasi berupa Sistem Pendukung Keputusan (SPK) atau *Decision Support System* mulai dikembangkan pada tahun 1970. *Decision Support System* (DSS) dengan didukung oleh sebuah sistem informasi berbasis komputer dapat membantu seseorang dalam meningkatkan kinerjanya dalam pengambilan keputusan. SPK merupakan suatu sistem yang interaktif, yang membantu mengambil keputusan melalui penggunaan data dan model-model keputusan untuk memecahkan masalah yang sifatnya semi terstruktur maupun yang tidak terstruktur [9]. Dengan menggunakan data-data yang diolah menjadi informasi untuk mengambil keputusan dari masalah-masalah semiterstruktur. Dalam implementasi SPK, hasil dari keputusan-keputusan dari sistem bukanlah hal yang menjadi patokan, pengambilan keputusan tetap berada pada pengambil keputusan. Sistem hanya menghasilkan keluaran yang mengkalkulasi data-data sebagaimana pertimbangan seorang pengambil keputusan. Sehingga kerja pengambil keputusan dalam mempertimbangkan keputusan dapat dimudahkan [10]. Sistem Pendukung Keputusan (*Decision Support System*) merupakan sistem informasi interaktif yang menyediakan informasi, pemodelan, manipulasi data [11]. Selain itu digunakan untuk membantu pengambilan keputusan dalam situasi yang semi-terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur, dimana tidak seorang pun tahu secara pasti bagaimana keputusan seharusnya dibuat. Sistem Pendukung Keputusan (*Decision Support System*) dapat dikatakan sebagai sistem komputer yang mengolah data menjadi informasi untuk mengambil keputusan dari masalah semi-terstruktur yang spesifik Pendukung Keputusan [12].

### 2.3 Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

*Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah analisis kuantitatif berupa persentase kepuasan pengguna dalam survei kepuasan pengguna. CSI diperlukan untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan fitur produk atau layanan [13]. Perhitungan keseluruhan CSI menurut Bhote (1996) dalam Indra Mariyanti, Sri., dd menyatakan bahwa nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. IKP diperoleh dari perhitungan  $(T/5Y) \times 100\%$  [14]. Berikut ini merupakan langkah-perhitungan Metode CSI [15]:

Tabel 1. Customer Satisfaction Index

Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
	Skala 1-5	Skala 1-5	(S) = (I) x (P)
.....	.....	.....	.....
Skor Total	Total (I) = (Y)		Total (S) = (T)

Perhitungan keseluruhan CSI menurut Bhote (1996) diilustrasikan pada tabel diatas. Nilai rata-rata pada kolom kepentingan (I) dijumlahkan sehingga diperoleh Y dan juga hasil kali I dengan P pada kolom skor (S) dijumlahkan dan diperoleh T. CSI diperoleh dari perhitungan  $(T/5Y) \times 100\%$ . Nilai 5 (pada 5Y) adalah nilai maksimum yang digunakan pada skala pengukuran. CSI dihitung dengan rumus:

$$CSI = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

Keterangan:

T = Nilai Total Dari CSI

S = Nilai Maksimum Pada Skala Pengukuran

Y = Nilai Tota Dari Kolom Harapan

Adapun Langkah-langkah algoritma metode CSI adalah sebagai berikut.

1. Menentukan Data Range Kepuasan
2. Menentukan Karakteristik Responden
3. Analisis Index Kepuasan Konsumen Pembelian Produk Batik (*Customer Satisfaction Index*)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Penerapan Metode CSI

Penerapan Metode CSI merupakan langkah penyelesaian untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap *coffee shop* secara berurutan sesuai dengan referensi yang telah digunakan.

##### 3.1.1 Menentukan Data Alternatif, Kriteria Dan Bobot Penilaian

Berikut ini merupakan data kriteria untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap *Coffee Shop* dengan Menggunakan Metode CSI:

Tabel 1. Data Indikator Pertanyaan (Kepentingan)

Kode	Indikator
A01	Menurut anda, bagaimana sikap pelayanan dan keramahan barista ataupun <i>waiters</i> terhadap pelanggan di Kalani Coffe?
A02	Menurut anda, bagaimana tingkat kesabaran barista ataupun <i>waiters</i> yang memberikan pelayanan terhadap pelanggan di Kalani Coffe?
A03	Menurut anda, bagaimana tingkat kecepatan barista ataupun <i>waiters</i> yang memberikan pelayanan terhadap pelanggan di Kalani Coffe?
A03	Menurut anda, bagaimana tingkat kecepatan barista ataupun <i>waiters</i> yang memberikan pelayanan terhadap pelanggan di Kalani Coffe?
A04	Menurut anda, bagaimana tingkat kerapihan dan kebersihan dari <i>waiters</i> ataupun barista di Kalani Coffe?
A05	Menurut anda, bagaimana kualitas rasa dari makanan yang disediakan oleh Kalani Coffe?

A06	Menurut anda, bagaimana kualitas rasa dari minuman yang disediakan oleh Kalani Coffe?
A07	Menurut anda, apakah harga sudah sesuai dengan kualitas rasa yang ditawarkan di Kalani Coffe ?
A08	Menurut anda bagaimana tingkat kecepatan Kalani Coffe dalam mempersiapkan makanan untuk pelanggan?
A09	Menurut anda, bagaimana tingkat kebersihan dari Kalani Coffe ?
A10	Menurut anda bagaimana tingkat kenyamanan dari Kalani Coffe ?

Berdasarkan data tabel diatas, berikut ini adalah tabel *reliability* terkait penilaian tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen terhadap pembelian produk batik menggunakan Metode CSI:

Tabel 2. Nilai Tingkat Kepentingan Pelanggan (I)

Responden	A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10
R01	5	3	4	5	5	4	3	4	5	4
R02	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5
R03	5	5	3	4	4	5	3	2	4	3
R04	5	4	2	3	2	4	2	4	4	5
R05	4	5	3	5	5	4	2	4	4	5
R06	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4
R07	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5
R08	5	4	1	5	5	5	5	2	5	5
R09	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4
R10	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5
R11	4	4	5	4	3	3	4	2	2	3
R12	5	4	2	3	3	5	5	4	3	2
R13	5	3	2	3	3	4	2	3	4	3
R14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
R15	3	5	5	5	4	3	4	5	5	5
R16	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5
R17	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4
R18	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
R19	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4
R20	4	3	3	4	5	5	5	4	5	5
R21	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4
R22	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
R23	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
R24	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3
R25	4	3	4	4	5	5	4	5	2	3
R26	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4

Tabel 2. Nilai Tingkat Kepentingan Pelanggan (I) (lanjutan)

Responden	A01	A02	A03	A04	A05	A06	A07	A08	A09	A10
R27	5	5	4	2	3	4	5	4	5	4
R28	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3
R29	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4
R30	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5
R31	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5
R32	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
R33	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
R34	5	4	2	3	5	5	4	5	5	5
R35	4	4	4	3	5	4	2	3	5	5

Tabel 3. Reliability Tingkat Kepuasan

Responden	B01	B02	B03	B04	B05	B06	B07	B08	B09	B10
R01	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4
R02	5	4	5	3	4	5	4	4	3	5
R03	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5
R04	5	4	2	3	5	5	5	5	5	4

R05	4	5	3	5	5	4	3	4	5	5
R06	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4
R07	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5
R08	5	4	1	4	3	4	5	2	5	5
R09	5	4	5	2	5	5	4	3	5	4
R10	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5
R11	4	4	5	5	5	5	4	2	2	3
R12	5	4	2	3	3	5	5	4	3	2
R13	5	3	5	5	3	4	4	3	4	3
R14	4	4	5	4	2	3	2	5	5	5
R15	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5
R16	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5
R17	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
R18	3	5	5	4	1	5	5	5	5	5
R19	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
R20	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
R21	4	4	5	4	5	4	4	3	3	4
R22	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
R23	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4
R24	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
R25	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3
R26	4	3	4	4	3	5	5	5	2	3
R27	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
R28	5	4	3	3	3	4	5	4	5	4
R29	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3
R30	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4
R31	4	4	5	2	3	3	2	3	5	5
R32	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
R33	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
R34	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
R35	5	4	2	3	5	5	4	5	5	5

Perhitungan jumlah rata-rata tingkat kepentingan dengan jumlah rata-rata tabel kinerja, bisa dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Nilai Total Dan Rata Rata Kepentingan Pelanggan (I)

Kode	Total	Rata-Rata (Total / Jumlah Data)
A01	157	4,5
A02	146	4,2
A03	141	4,0
A04	146	4,2
A05	152	4,3
A06	149	4,3
A07	138	3,9
A08	144	4,1
A09	157	4,5
A10	151	4,3

Tabel 5. Nilai Total Dan Rata Rata Kepuasan Pelanggan (P)

Kode	Total	Rata-Rata (Total / Jumlah Data)
B01	158	4,5
B02	147	4,2
B03	142	4,1
B04	142	4,1
B05	145	4,1

<b>B06</b>	153	4,4
<b>B07</b>	152	4,3
<b>B08</b>	148	4,2
<b>B09</b>	158	4,5
<b>B10</b>	152	4,3

Perhitungan jumlah rata-rata tingkat kepentingan dengan jumlah rata-rata tabel kinerja, bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Nilai CSI

Kode	Kepentingan Pelanggan (I)	Kode	Kepuasan Pelanggan (P)	(I x P)
A01	4,5	B01	4,5	20,25
A02	4,2	B02	4,2	17,64
A03	4,0	B03	4,1	16,4
A04	4,2	B04	4,1	17,22
A05	4,3	B05	4,1	17,63
A06	4,3	B06	4,4	18,92
A07	3,9	B07	4,3	16,77
A08	4,1	B08	4,2	17,22
A09	4,5	B09	4,5	20,25
A10	4,3	B10	4,3	18,49
	<b>42,3</b>		<b>42,8</b>	<b>180,79</b>

Kemudian menghitung nilai CSI dengan menggunakan rumus seperti dibawah ini:

$$CSI = \frac{T}{SY} \times 100\% = CSI = \frac{180,79}{5(42,7)} \times 100\%$$

$$CSI = 0,8468$$

$$CSI = 84,68 \%$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan Metode CSI maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap Kalani Coffe adalah sebesar 85% atau Sangat Puas. Berikut ini merupakan tabel GAP data sampel kepuasan untuk mengukur indikator mana yang perlu ditingkatkan terkait menentukan kepuasan pada Kalani Coffe.

Tabel 7. Nilai GAP

No.	I	P	GAP	Q= H/P
1	4,5	4,5	0	1
2	4,2	4,2	0	1
3	4,0	4,1	-0,1	0,98
4	4,2	4,1	0,1	1,02
5	4,3	4,1	0,2	1,05
6	4,3	4,4	-0,1	0,98
7	3,9	4,3	-0,4	0,91
8	4,1	4,2	-0,1	0,98
9	4,5	4,5	0	1
10	4,3	4,3	0	1

Jika Kualitas (Q) = 1, maka kualitas yang diberikan dikatakan baik. Untuk nilai yang dibawah 1 itu artinya untuk indikator tersebut harus dilakukan peningkatan. Bila dilihat dari tabel diatas, terlihat bahwa indikator A05 mempunyai GAP yang paling besar, yang berarti pelanggan paling puas terhadap rasa makanan yang disajikan oleh Kalani Coffee, sedangkan indikator A07 mempunyai GAP yang paling sedikit diantara indikator lainnya, yang berarti pelanggan menilai bahwa harga kurang sesuai dengan kualitas rasa yang ditawarkan oleh Kalani Coffee.

### 3.2 Implementasi Sistem

Berikut ini merupakan hasil implementasi sistem yang telah dibangun dengan berbasis *Web* serta telah dilakukan pengujian menggunakan metode *Black Box Testing* seperti pada gambar dibawah ini:

a. Halaman *Login*

Halaman *login* berfungsi sebagai validasi akses dari admin untuk masuk kedalam sistem, pada Halaman *login* terdapat *username* dan *password* yang dapat di *input* sebagai data validasi.



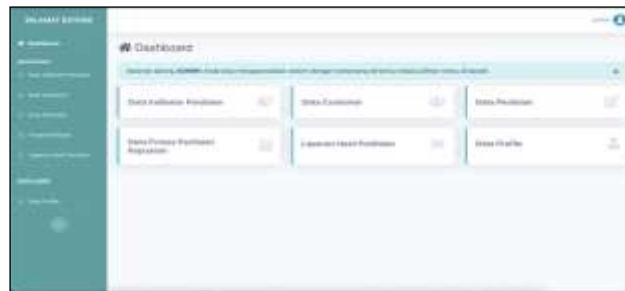
Gambar 1. Tampilan Halaman *Login*

- b. Halaman Input Data Kepuasan Konsumen  
Halaman Input Data Kepuasan Konsumen berfungsi untuk menginputkan data penilaian pelanggan di *Coffee Shop* pada sistem.



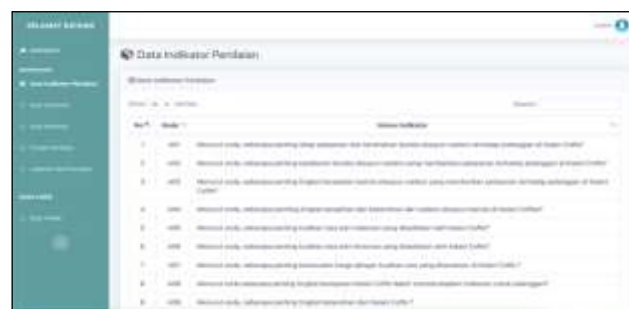
Gambar 2. Tampilan Halaman Input Data Kepuasan Konsumen

- c. Halaman *Dashboard Admin*  
Halaman *Dashboard Admin* berfungsi sebagai halaman navigasi untuk membuka menu-menu yang lainnya pada halaman admin.



Gambar 3. Tampilan Halaman *Dashboard Admin*

- d. Halaman Data Indikator Pertanyaan  
Halaman Data Indikator Pertanyaan berfungsi untuk menampilkan indikator pertanyaan pada sistem.



Gambar 4. Tampilan Halaman Data Indikator Pertanyaan

- e. Halaman Data *Customer*  
Halaman Data *Customer* berfungsi untuk menampilkan data *customer* atau pelanggan yang telah mengisi kuisioner pada sistem.



Gambar 5. Tampilan Halaman Data *Customer*

- f. Halaman Data Penilaian  
Halaman Data Penilaian berfungsi sebagai halaman untuk mengelola data penilaian pada sistem yang telah dibangun.



Gambar 6. Tampilan Halaman Data Penilaian

- g. Halaman Proses Penilaian  
Halaman Proses Penilaian berfungsi sebagai halaman untuk melakukan proses perhitungan kepuasan dengan Menggunakan Metode CSI.



Gambar 7. Tampilan *Form* Proses Penilaian

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa permasalahan, sistem yang telah dibangun dapat digunakan untuk memberikan hasil kesimpulan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap *Coffe Shop*. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang telah diterapkan pada sistem dapat memberikan hasil tingkat kepuasan pelanggan serta dapat memberikan nilai GAP pada setiap indikator penilaian dimana pihak *Coffe Shop* akan mengetahui indikator mana yang harus ditingkatkan dan indikator mana yang sudah bagus. Sistem telah dirancang dengan menggunakan pemodelan berbasis objek *Unified Modelling Language* (UML) kemudian dibangun dengan menggunakan sistem berbasis web based application dengan bahasa *PHP*, *HTML*, *Bootstrap*, *Javascript* serta *Jquery* dan menggunakan *database MySQL* sebagai penyimpanan atau basis data pada sistem. Berdasarkan pengujian dengan metode *blackbox*, sistem mampu berjalan sesuai



dengan rancangan yang telah dibuat sebelumnya serta memberikan hasil perhitungan yang sama dengan perhitungan yang dilakukan secara manual menggunakan metode CSI.

### UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan Syukur dipanjatkan kepada Allah Subhanahu Wa'Taala yang memberikan rahmat dan hidayah sehingga mampu menyelesaikan jurnal ini. Kemudian kepada Bapak Abdullah Muhazir dan Ibu Elfutriani atas segala waktu dan ilmunya yang telah memberikan bimbingan selama masa pengerjaan hingga menyelesaikan jurnal ini dan kepada seluruh dosen serta pegawai kampus STMIK Triguna Dharma yang telah banyak membantu baik dari segi informasi ataupun dukungan lainnya.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Wahyuni dan B. Andika, "Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Pada Cafe HOKA KUPHI Menggunakan Metode Fuzzy Assosiatif Memory," 2020. [Daring]. Tersedia pada: <https://ojs.trigunadharm.ac.id/>
- [2] J. Sindarto dan L. Ellitan, "Peran Citra Merek dalam Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen: Sebuah Kajian Teoritis," *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, vol. 1, no. 10, 2022
- [3] B. Irawan, E. D. Sitanggang, and S. Achmady, "Sistem Pendukung Keputusan Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit berdasarkan Metode ServQual," *CESS (Journal Comput. Eng. Syst. Sci.)*, vol. 6, no. 1, p. 10, 2021, doi: 10.24114/cess.v6i1.21023.
- [4] R. Manurung, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Perusahaan Binaan Dengan Metode Mabac (Studi Kasus: Dinas Perindustrian Kota Medan)," *Pelita Inform. Inf. dan Inform.*, vol. 9, no. 2, pp. 120–128, 2020.
- [5] B. Andika, H. Winata, and R. I. Ginting, "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Duta Sekolah untuk Lomba Kompetensi Siswa Menggunakan Metode Elimination Et Choix Traduisant la Realite ( Electre )," *Sains dan Komput.*, vol. 18, no. 1, 2019.
- [6] L. M. Laia, B. Andika, and E. F. Ginting, "Sistem Pendukung Keputusan Dalam Menentukan Lokasi Strategis Cabang Baru di UD . Ario Nias Selatan Menggunakan Metode WASPAS ( Weighted Aggregated Sum Product Assessment )," no. 4, 2021.
- [7] B. Andika, M. Dahria, and E. Siregar, "Sistem Pendukung Keputusan Untuk Menentukan Lokasi Pembangunan Perumahan Type 36 M/S Menggunakan Metode Weighted Product Pada Pt.Romeby Kasih Abadi," *J. SAINTIKOM (Jurnal Sains Manaj. Inform. dan Komputer)*, vol. 18, no. 2, p. 130, 2019, doi: 10.53513/jis.v18i2.151.
- [8] V. Anggriani, P. Purwadi, and A. Pranata, "Pemilihan Kindergarten Teacher Menggunakan Metode Weight Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS)," *J-SISKO TECH (Jurnal Teknol. Sist. Inf. dan Sist. Komput. TGD)*, vol. 5, no. 1, p. 55, 2022, doi: 10.53513/jsk.v5i1.4792.
- [9] L. Septyoadhi, M. Mardiyanto, and I. L. I. Astutik, "Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Siswa Baru Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process," *CAHAYATECH*, vol. 7, no. 1, p. 78, 2019, doi: 10.47047/ct.v7i1.6.
- [10] A. Y. Labolo, "Kelompok Tani Menggunakan Metode Profile Matching," vol. 4, no. 1, 2019.
- [11] J. Hutagalung, A. F. Boy, and D. Nofriansyah, "Pemilihan Komandan Komando Distrik Militer Menggunakan Metode WASPAS," *J. Comput. Syst. Informatics*, vol. 3, no. 4, pp. 420–429, 2022, doi: 10.47065/josyc.v3i4.2019.
- [12] R. D. Gunawan, F. Ariany, and Novriyadi, "Implementasi Metode SAW Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Plano Kertas," *J. Artif. Intell. Technol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 29–38, 2023, doi: 10.58602/jaiti.v1i1.23.
- [13] I. Luthfi, B. Andika, and F. Sonata, "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Services Sepeda Motor Yamaha Di PT . Alfa Scorpii Kpt Muslim menggunakan Metode Customer Satisfaction Index ( CSI )," pp. 1–12, 2022.
- [14] Y. Siyamto, "Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Nasabah," *J. Ilm. Ekon. Islam Vol.*, vol. 14, no. 1, pp. 63–76, 2017.
- [15] J. W. Tarigan, H. Winata, and D. Suherdi, "Sistem Pendukung Keputusan Menentukan Indikator Pelayanan Yang Baik Rumah Sakit Vina Estetica berdasarkan Hasil Survey Angket kepada Pasien Menggunakan Metode Costumer Satisfaction Index ( CSI )," pp. 1–10, 2020.