



Penerapan Metode Customer Satisfaction Index Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Cikal Aquarium

Satria Pasaribu^{*1}, Mutiara Sovina, S.Kom., M.Kom²

Email: ¹pasaribusatria4@gmail.com, ²mutiarasovina@gmail.com

^{1,2} Sistem Informasi, Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Potensi Utama

Diterima: 06 November 2025 | Direvisi: - | Disetujui: 14 Desember 2025

©2020 Program Studi Teknik Informatika Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Toko Cikal Aquarium dengan menerapkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Permasalahan yang dihadapi toko mencakup sistem pelayanan yang masih *manual*, kesulitan dalam memperoleh data kepuasan pelanggan, serta belum adanya sarana *digital* yang mendukung pengukuran kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode *CSI* digunakan untuk menganalisis atribut-atribut penting pelayanan seperti aspek lokasi, pelayanan individu, atribut toko, dan kualitas produk. Perancangan sistem dilakukan dengan pendekatan *waterfall*, menggunakan bahasa pemrograman *PHP*, *database MySQL*, serta pemodelan *UML* seperti *use case*, *class*, *activity*, dan *sequence diagram*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan penerapan metode *CSI* pada sistem berbasis *web*, penjual dapat dengan lebih mudah mengetahui atribut mana yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan melakukan perbaikan berdasarkan data yang terkumpul. Sistem ini juga memberikan kemudahan dalam dokumentasi, pengukuran, dan pengambilan keputusan strategis dalam pengelolaan pelayanan Toko Cikal Aquarium.

Kata kunci: *Customer Satisfaction Index (CSI), Kepuasan Konsumen, database MySQL, PHP, UML.*

Application Of The Customer Satisfaction Index Method In Consumer Satisfaction With Service At Toko Cikal Aquarium.

Abstract

This study aims to determine the level of customer satisfaction with the services at Toko Cikal Aquarium by applying the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The store faces several issues, including a manual sales system, difficulties in obtaining customer satisfaction data, and the lack of a digital platform to support service quality evaluation. This research adopts a quantitative approach with data collection methods including observation, interviews, and questionnaires. The CSI method is used to analyze key service attributes such as location, individual service, store attributes, and product quality. The system design follows the waterfall approach, utilizing PHP for programming, MySQL for the database, and UML modeling techniques such as use case, class, activity, and sequence diagrams. The results show that implementing the CSI method in a web-based system enables the seller to more easily identify which attributes influence customer satisfaction and make improvements based on the collected data. This system also facilitates documentation, evaluation, and strategic decision-making in managing services at Toko Cikal Aquarium.

Keywords: *Customer Satisfaction Index (CSI), Customer Satisfaction, database MySQL, PHP, UML.*

1. PENDAHULUAN

Budidaya ikan hias sekarang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga sebagai cara untuk menghibur para pecinta ikan. Permintaan ikan hias di pasar, baik di dalam maupun luar negeri, semakin besar, sehingga budidaya ini semakin penting. Ikan hias seperti ikan Gupi (*Poecilia Reticulata*) terkenal karena berbagai warna dan bentuk yang menarik, membuatnya menjadi salah satu jenis ikan hias yang paling diminati oleh penggemar [1].

Toko Cikal Aquarium adalah toko ikan hias yang berada di Kota Medan Deli. Toko ini menghadapi masalah dalam pengembangan profil perusahaan, terutama terkait dengan sistem penjualan yang masih dilakukan secara manual. Penjualan dilakukan dengan cara *memposting* ikan di grup jual beli di media sosial. Jika ada calon pembeli yang tertarik, transaksi bisa dilakukan dengan metode *COD (Cash on Delivery)* atau melalui *chat* untuk sepaksepakatan bertemu langsung di toko untuk melihat koleksi ikan. Sistem penjualan yang masih manual juga membuat penjual kesulitan dalam mengelola laporan penjualan bulanan. Selain itu, diperlukan pendekatan yang baik terhadap pelanggan agar mereka tetap nyaman berbelanja di toko dan jumlah pelanggan bisa bertambah seiring waktu.

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan pengembangan profil perusahaan dan penerapan metode *Customer Satisfaction Index* agar penjual dapat mengumpulkan data konsumen untuk bahan pertimbangan. Tujuan penggunaan CSI adalah untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan memberikan bobot pada tingkat kepuasan atribut yang terdapat dalam kuesioner [2].

Metode CSI pada penelitian oleh Harmaja [3], tujuan digunakan metode ini untuk melihat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Rudang Berastagi kepada tamu hotel dengan menggunakan pemrograman *Python* yang diintegrasikan ke *Google Colab*. Pada penelitian oleh Haeradi [4], Metode ini bertujuan mengukur seberapa baik klien memanfaatkan bantuan secara umum dengan mengevaluasi tingkat kepentingan dari sifat barang atau prosedur administrasi. Dengan demikian, metode ini juga bisa digunakan sebagai cara pengujian kuantitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam penelitian tentang loyalitas konsumen.

Lalu adapun pada penelitian oleh Safitri [5], yang bertujuan untuk mencari tahu faktor psikologis yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dalam pengaruh keinginan konsumen untuk membeli produk, sehingga metode ini dapat menjadi pengukuran dari penilaian konsumen terhadap produk atau pelayanan yang diberikan seperti apa yang diharapkannya.

Maka, tujuan menggunakan metode ini juga dapat mengembangkan kualitas pelayanan pada Toko Cikal Aquarium yang dapat dilihat pada penilaian konsumen terhadap ikan hias dan pelayanan karyawan, juga beberapa kritik dan saran yang diberikan konsumen dengan menetapkan perangkaan dari 1 sampai 5 dalam arti puas dan ketidakpuasan konsumen seperti penelitian oleh Setrayudha dan Suryana [6]. Sehingga memudahkan bagi penjual untuk mendapatkan data kepuasan konsumen karena metode CSI akan diterapkan ke *website* berbasis *PHP*.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index*. Tujuan dari CSI ini adalah untuk mengukur seberapa puas konsumen secara keseluruhan dengan memberi perhatian lebih pada tingkat kepuasan setiap atribut yang dicakup dalam kuesioner. Untuk menganalisis hasil CSI, kita akan menggunakan *software Microsoft Excel*. Pengukuran CSI sangat penting karena hasilnya bisa digunakan sebagai dasar dalam menentukan target-target di masa depan. CSI juga digunakan untuk mengetahui seberapa penting setiap atribut yang diukur. [7].

2.1. Menentukan *Mean Importance Score* dan *Mean Satisfaction Score*.

Mean Importance Score merupakan rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. *Mean Satisfaction Score* adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Pada Tabel 1 merupakan rumus untuk menentukan *MIS* dan *MSS*.

Tabel 1. Rumus *MIS* dan *MSS*

No	Yang Ditentukan	Rumus	Keterangan
1	<i>Mean Importance Score</i>	$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n y^i]}{n}$	y^i = Nilai kepentingan atribut y ke i n = Jumlah responden
2	<i>Mean Satisfaction Score</i>	$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n x^i]}{n}$	x^i = Nilai kepentingan atribut x ke i n = Jumlah responden

2.2. Menentukan *Weight Factor*.

Persentase nilai *MIS* per indikator terhadap nilai total *MIS* seluruh indikator.

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

dengan MIS_i merupakan nilai dari rata-rata kepentingan ke-i. dan $\sum_{i=1}^p MIS_i$ adalah total dari rata-rata kepentingan ke-i dan ke-p.

2.3. Menentukan *Weight Score*.

Hasil perkalian antara *Weight Factor* dengan rata-rata tingkat kepuasan dari penilaian konsumen.

$$WS_i = WFi \times MSS \tag{2}$$

dengan *WFi* adalah faktor tertimbang ke-*i*. dan *MSS* adalah rata-rata tingkat kepuasan dari penilaian konsumen.

2.4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*.

Dalam menentukan nilai dari *CSI* dapat menggunakan persentase dari *Weight Total* yang berbanding dengan skala maksimum.

$$CSI = \frac{WT}{Skala\ Maksimum} \times 100\% \tag{3}$$

dengan *WT* adalah total dari faktor tertimbang dibanding dengan skala maksimum dari kepuasan konsumen dikalikan dengan seratus persen untuk mendapatkan nilai kepuasan konsumen. Dimana skala *CSI* dapat diberikan bobot nilai 1-5 seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala *Customer Satisfaction Index*

No	Bobot	Nilai Indeks	Indikator	Keterangan
1	5	100% - 81%	Sangat Puas	Kinerja melebihi harapan
2	4	80,99% - 61%	Puas	Kinerja sesuai dengan harapan
3	3	60,99% - 41%	Cukup Puas	Kinerja hampir memenuhi harapan
4	2	40,99% - 21%	Tidak Puas	Kinerja belum memenuhi harapan
5	1	20,99% - 0%	Sangat Tidak Puas	Kinerja gagal/sama sekali belum memenuhi harapan

2.5. Pemodelan Sistem Pendukung Keputusan.

Sistem yang menghasilkan informasi yang membantu manager dalam memecahkan suatu masalah. Sistem ini berfungsi sebagai alat bantu manajemen untuk menyelesaikan berbagai permasalahan, baik yang terstruktur maupun tidak [8]. Pemodelan dalam pembangun sistem pendukung keputusan dilaksanakan dengan pencarian prosedur serta pengumpulan data dalam mengidentifikasi masalah dengan studi kelayakan, lalu dirumuskan bersama dengan kriteria yang telah ditentukan saat melakukan perancangan, pemilihan model yang tepat dengan solusinya, dan membuat pengimplementasian model tersebut ke dalam aplikasi sistem pendukung keputusan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian ini membahas hasil penelitian dan analisis mendalam mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Toko Cikal Aquarium menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

3.1. Pengumpulan Data

Pada tahap ini terdapat rekapitulasi kuisioner responden yaitu nilai harapan dan nilai persepsi, dengan atribut pertanyaan kepuasan konsumen yang membahas berbagai aspek-aspek kepuasan konsumen seperti aspek lokasi, aspek pelayanan secara individu, aspek pelayanan yang diberikan, aspek atribut toko, aspek kualitas produk, aspek penunjang produk, aspek harga produk, dan aspek intensitas pembelian. Lalu setelah diproses menghasilkan data seperti Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Nilai Harapan dan Nilai Persepsi Data *CSI*

No	Pertanyaan	Nilai Harapan					Nilai Persepsi				
		STP	TP	CP	P	SP	STP	TP	CP	P	SP
1	Kemudahan konsumen untuk mengakses toko	0	0	6	64	30	0	0	3	64	35
2	Tersedianya sarana parkir bagi kendaraan konsumen saat datang ke toko.	0	0	21	24	55	0	0	15	36	50
3	Sikap pelayanan, keramahan yang diberikan oleh pemilik kepada konsumen atau karyawan toko terhadap produk yang dijual kepada konsumen.	0	0	9	56	35	0	0	9	48	45
4	Pengetahuan pemilik atau toko karyawan toko terhadap produk yang dijual kepada konsumen.	0	2	3	44	55	0	2	3	44	55
5	Pilihan transaksi, tersedianya ragam transaksi yang disediakan oleh toko.	0	4	9	32	55	0	4	6	40	50
6	Penanganan penyakit ikan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap ikan yang terkena penyakit.	0	0	28	24	55	0	0	18	24	60
7	Pelayanan tambahan, seperti pembuatan dan dekorasi akuarium.	0	0	12	28	65	0	0	15	36	50
8	Display produk, menariknya tampilan produk bagi konsumen.	0	2	9	36	55	0	2	9	32	60

9	Tata letak dan dekorasi toko, produk diletakkan sesuai dengan kategori sehingga memudahkan konsumen untuk mencari produk yang diinginkan.	0	0	12	44	45	0	0	15	36	50
10	Toko membuat dekorasi sehingga menarik konsumen.	0	0	9	32	65	0	0	9	40	55
11	Variasi dan jenis ikan yang tersedia, toko menyediakan berbagai jenis ikan sehingga konsumen memiliki opsi pembelian.	0	4	3	36	60	0	4	6	40	50
12	Keindahan warna, toko menyediakan ikan yang memiliki warna yang menarik bagi konsumen.	0	0	3	40	65	0	0	6	40	60
13	Kesehatan ikan, toko menyediakan ikan yang sehat dan bebas dari penyakit.	0	0	15	48	35	0	0	12	28	65
14	Keunikan ikan, toko menyediakan ikan yang unik dan jarang ditemui.	0	2	18	32	45	0	2	15	32	50
15	Kemudahan perawatan, toko menyediakan ikan yang mudah untuk dirawat atau menyediakan peralatan pendukung bagi ikan yang memerlukan perlakuan khusus.	0	2	12	40	45	0	2	12	40	45
16	Perlengkapan pemeliharaan, toko menyediakan perlengkapan untuk mendukung produk sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan perawatan.	0	4	6	36	55	0	4	12	40	40
17	Sarana untuk menghias, toko menyediakan produk penunjang agar produk dapat terlihat lebih menarik seperti akuarium, penghias akuarium, dll	0	2	6	44	50	0	0	9	40	55
18	Harga yang ditawarkan, toko menyediakan varian harga sehingga menarik konsumen.	1	0	15	24	60	1	0	6	60	30
19	Potongan harga, toko menyediakan potongan harga atau bonus sehingga menarik konsumen.	0	0	15	40	45	0	0	12	36	55
20	Penjualan Setelah Transaksi.	0	0	6	48	50	0	0	6	36	65
21	Penukaran/pengembalian produk, toko menyediakan penukaran atau pengembalian produk yang mengalami kerusakan/kematian selama periode tertentu.	0	4	15	32	45	0	4	15	28	50
22	Seberapa sering konsumen melakukan pembelian ikan hias di Toko Cikal Aquarium.	0	0	6	40	60	0	0	15	36	50

Kemudian data rekapitulasi tersebut dapat digunakan untuk mencari *Mean Importance Score*, *Mean Satisfaction Score*, *Weight Factor*, *Weight Score* dan *Customer Satisfaction Index*. Sehingga mendapatkan nilai total dari perhitungan yang di susun pada Tabel 4.

Tabel 4. Skala *Customer Satisfaction Index*

No	Perhitungan				CSI
	MIS	MSS	WF	WS	
1	4,166	4,25	0,045	0,19125	0,8453
2	4,166	4,21	0,045	0,18945	
3	4,166	4,25	0,045	0,19125	
4	4,333	4,333	0,046	0,19932	
5	4,166	4,166	0,045	0,18747	
6	4,46	4,25	0,048	0,204	
7	4,4	4,21	0,047	0,19787	
8	4,25	4,3	0,045	0,1935	
9	4,21	4,21	0,045	0,18945	
10	4,42	4,333	0,047	0,20365	
11	4,3	4,166	0,045	0,18747	
12	4,5	4,42	0,048	0,21216	
13	4,1	4,4	0,044	0,1936	
14	4,041	4,125	0,043	0,17738	
15	4,125	4,125	0,044	0,1815	
16	4,21	4	0,045	0,18	
17	4,25	4,333	0,045	0,19499	
18	4,166	4,041	0,045	0,18185	
19	4,166	4,3	0,045	0,1935	
20	4,333	4,463	0,046	0,2053	
21	4	4,041	0,043	0,17376	
22	4,42	4,21	0,047	0,19787	

Total	93,348	93,136	-	4,22658	84,53%
--------------	--------	--------	---	---------	--------

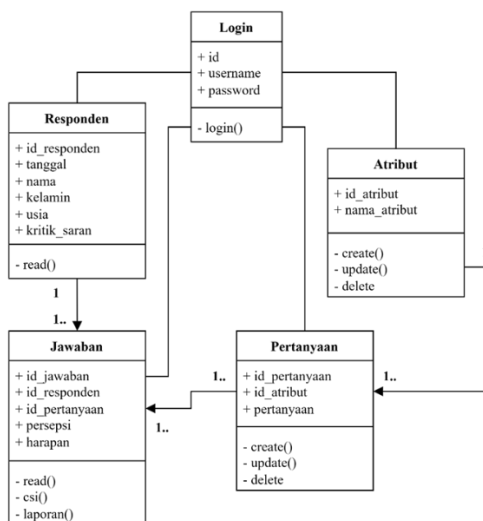
3.2. Perancangan Sistem

Pada tahap ini perlunya dalam merancang sistem terlebih dahulu menyusun model data yang berbentuk *diagram* yang memberikan gambaran sistem yang akan dirancang. Maka untuk sistem CSI di *website* Toko Cikal Aquarium menggunakan rancangan *use case diagram* yang terdapat pada Gambar 1 [9].



Gambar 1. Use Case Diagram Penerapan Sistem CSI

Kemudian agaresain dimulai dengan perancangan *class diagram* sistem yang akan digunakan pada *website*, *class diagram* merupakan gambaran seluruh hubungan dari setiap *class* pada suatu sistem sesuai dengan di Gambar 2 [10].



Gambar 2. Class Diagram Penerapan Sistem CSI

3.3. Layout Website

Pada tahap ini untuk mempermudah penjual memahami tingkat kepuasan konsumen, maka penelitian mengembangkan sebuah *website* berfungsi untuk mengambil kuesioner konsumen dan memproses data tersebut sehingga dapat dijadikan laporan yang dapat digunakan oleh penjual untuk evaluasi tokonya.

Untuk memudahkan konsumen untuk mengakses pengisian kuesioner dan *admin* toko untuk mengakses *dashboard* toko maka perlu membuat halaman utama toko sesuai dengan di Gambar 3.



Gambar 3. Halaman Utama Website Toko Cikal Aquarium

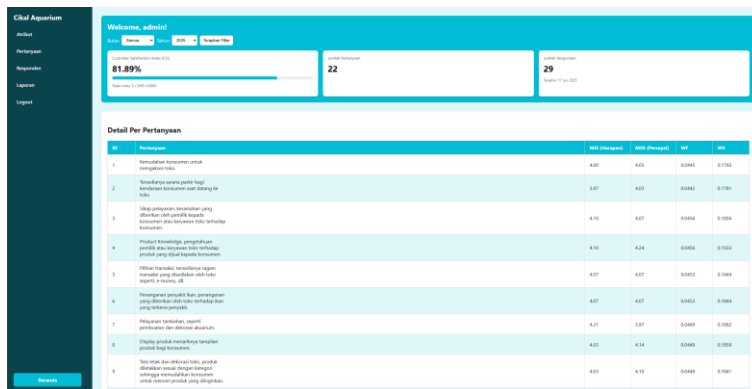
Lalu pada Gambar 4. menampilkan *form* kuesioner dimana konsumen dapat mengisi data pribadi, nilai harapan, nilai persepsi dan masukan atau komentar pelayanan dari Toko Cikal Aquarium.

Gambar 4. Form Kuesioner Pada Website Toko Cikal Aquarium

Saat *admin* toko ingin mengakses *dashboard website* maka akan dialihkan ke *login*, dimana *admin* menginputkan *username* dan *password* untuk mengakses *dashboard website*. Gambar 5 menunjukkan tampilan *login*.

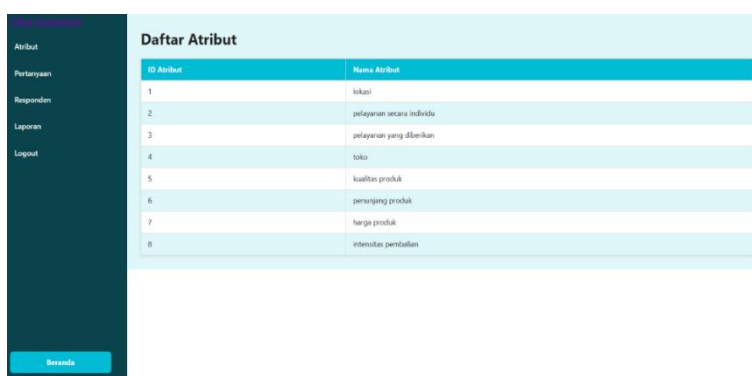
Gambar 5. Form Login Pada Website Toko Cikal Aquarium

Kemudian *admin* toko dapat mengakses halaman *dashbord* berisikan *form* atribut, *form* pertanyaan, responden, laporan, dan juga *logout*. Lalu menampilkan secara sekilas nilai CSI, jumlah pengisi kuesioner dan jumlah pertanyaan, berikut tampilan *dashboard website* pada Gambar 6.



Gambar 6. Dashboard Website Toko Cikal Aquarium

Dalam data atribut hanya menampilkan *id atribut* dan *nama atribut* yang digunakan untuk membagi setiap aspek-aspek yang akan diberikan pertanyaan pada kuesioner toko. Pada Gambar 7. yang menampilkan data atribut.



Gambar 7. Data Atribut Pada Website Toko Cikal Aquarium

Kemudian di data pertanyaan terdapat *id pertanyaan*, *id atribut*, dan *isi pertanyaan* yang digunakan pada kuesioner toko. Maka tampilan data pertanyaan pada tampilan Gambar 8.



Gambar 8. Data Pertanyaan Pada Website Toko Cikal Aquarium

Data responden dan juga hasil CSI akan ditampilkan pada halaman responden, dimana hasil perhitungan yang dikumpulkan dari kuesioner konsumen toko akan diproses di halaman ini. Pada Gambar 9. menunjukkan tampilan dari halaman responden.

ID Pertanyaan	Pertanyaan	MES (Harapan)	MES (Pewasp)	WF	WS
1	Kemudahan konsumen untuk mengakses toko.	4,00	4,07	0,0444	0,1807
2	Tersedianya sarana parkir bagi kendaraan konsumen saat datang ke toko.	4,00	4,04	0,0444	0,1794
3	Sikap pelayanan, keramahan yang diberikan oleh pemilik kepada konsumen atau karyawan toko terhadap konsumen.	4,11	4,07	0,0456	0,1856
4	Product Knowledge, pengetahuan pemilik atau karyawan toko terhadap produk yang dijual kepada konsumen.	4,14	4,25	0,0459	0,1951
5	Pilihan transaksi, tersedianya ragam transaksi yang disediakan oleh toko seperti: e-money, dll.	4,04	4,04	0,0448	0,1810
6	Penanganan pengaduan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap iklan.	4,04	4,11	0,0448	0,1841

Gambar 9. Data Responden dan Hasil CSI Pada Website Toko Cikal Aquarium

Dalam halaman data laporan, *admin* toko dapat mencetak hasil laporan dari setiap responden yang sudah ada dan disesuaikan dengan tahun yang diinginkan.

No	Pertanyaan	MES (Harapan)	MES (Pewasp)	WF	WS
1	Kemudahan konsumen untuk mengakses toko.	4,00	4,03	0,0440	0,1796
2	Tersedianya sarana parkir bagi kendaraan konsumen saat datang ke toko.	3,97	4,03	0,0441	0,1789
3	Sikap pelayanan, keramahan yang diberikan oleh pemilik kepada konsumen atau karyawan toko terhadap konsumen.	4,10	4,07	0,0457	0,1854
4	Product Knowledge, pengetahuan pemilik atau karyawan toko terhadap produk yang dijual kepada konsumen.	4,10	4,24	0,0457	0,1907
5	Pilihan transaksi, tersedianya ragam transaksi yang disediakan oleh toko seperti: e-money, dll.	4,07	4,07	0,0453	0,1840
6	Penanganan pengaduan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap iklan yang diterima pembeli.	4,07	4,07	0,0453	0,1840
7	Pelayanan terhadap keluhan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap keluhan.	4,21	3,97	0,0466	0,1854
8	Disiplin produk, ketersediaan produk yang terdapat.	4,21	4,14	0,0466	0,1854
9	Terdapat dan tidak terdapat produk yang terdapat di toko, apakah terdapat atau tidak terdapat produk yang terdapat.	4,03	4,10	0,0468	0,1860
10	Toko membuat diskon untuk pembeli.	4,21	4,21	0,0468	0,1860

Gambar 10. Laporan Pada Website Toko Cikal Aquarium

Lalu pada halaman laporan *admin* toko dapat mencetak hasil laporan sehingga data CSI dapat di *print*. Tampilan dari hasil cetak laporan yang terdapat pada Gambar 11.

No	Pertanyaan	MES	MES	WF	WS
1	Kemudahan konsumen untuk mengakses toko.	4,00	4,03	0,0440	0,1796
2	Tersedianya sarana parkir bagi kendaraan konsumen saat datang ke toko.	3,97	4,03	0,0441	0,1789
3	Sikap pelayanan, keramahan yang diberikan oleh pemilik kepada konsumen atau karyawan toko terhadap konsumen.	4,10	4,07	0,0457	0,1854
4	Product Knowledge, pengetahuan pemilik atau karyawan toko terhadap produk yang dijual kepada konsumen.	4,10	4,24	0,0457	0,1907
5	Pilihan transaksi, tersedianya ragam transaksi yang disediakan oleh toko seperti: e-money, dll.	4,07	4,07	0,0453	0,1840
6	Penanganan pengaduan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap iklan yang diterima pembeli.	4,07	4,07	0,0453	0,1840
7	Pelayanan terhadap keluhan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap keluhan.	4,21	3,97	0,0466	0,1854
8	Disiplin produk, ketersediaan produk yang terdapat.	4,21	4,14	0,0466	0,1854
9	Terdapat dan tidak terdapat produk yang terdapat di toko, apakah terdapat atau tidak terdapat produk yang terdapat.	4,03	4,10	0,0468	0,1860
10	Toko membuat diskon untuk pembeli.	4,21	4,21	0,0468	0,1860
11	Manajemen toko yang terdapat, apakah terdapat atau tidak terdapat manajemen toko.	4,21	4,07	0,0468	0,1860
12	Ketersediaan barang, ketersediaan barang yang terdapat di toko, apakah terdapat atau tidak terdapat barang yang terdapat.	4,26	4,24	0,0476	0,2016
13	Kepuasan dari toko, apakah terdapat atau tidak terdapat kepuasan dari toko.	4,03	4,26	0,0468	0,1860
14	Pelayanan dari toko, apakah terdapat atau tidak terdapat pelayanan dari toko.	3,97	4,14	0,0441	0,1789
15	Pelayanan terhadap keluhan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap keluhan.	4,03	4,07	0,0468	0,1860
16	Penanganan pengaduan, penanganan yang diberikan oleh toko terhadap pengaduan.	4,03	3,98	0,0468	0,1860
17	Manajemen toko yang terdapat, apakah terdapat atau tidak terdapat manajemen toko.	4,10	4,17	0,0467	0,1860

Gambar 11. Hasil Cetak Laporan Data CSI

4. KESIMPULAN

Penerapan CSI berhasil menghitung tingkat kepuasan konsumen secara kuantitatif terhadap pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh Toko Cikal Aquarium. Dengan menggunakan website berbasis *PHP* yang diintegrasikan dengan CSI, toko dapat melakukan rekap data konsumen dengan lebih cepat dan akurat, dibandingkan pencatatan manual yang sebelumnya digunakan. Sistem baru memungkinkan pengumpulan umpan balik pelanggan secara langsung melalui kuesioner digital, yang kemudian diproses menjadi nilai harapan dan kepuasan untuk setiap atribut layanan. Penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa transformasi digital berbasis CSI dapat membantu Toko Cikal Aquarium dalam meningkatkan pelayanan pelanggan dan efisiensi operasional.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. W. Wiranata, I. Kanedi, and R. Zulfiandry, "Sistem Penjualan Ikan Hias Pada Galeri Rama Dan Rena Berbasis Web," *J. Media Infotama*, vol. 19, no. 1, pp. 11–19, 2023.
- [2] G. S. R. T. Manik, A. A. H. Suryana, A. Yustiati, and A. Nurhayati, "Analysis of Consumer Satisfaction of Ornamental Fish in Palembang City (Palembang Bird Market Case Study)," *PONGGAWA J. Fish. Socio-Econ.*, pp. 68–78, 2024.
- [3] O. J. Harmaja, W. Purba, M. P. Siregar, H. T. Manurung, and F. A. Sirait, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Rudang Hotel Berastagi Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi)," *J. Tek. Inf. Dan Komput. Tekinkom*, vol. 5, no. 1, p. 147, 2022.
- [4] A. R. Haeradi, A. Hermawansyah, and N. Wahyuni, "Analisis Aplikasi MFIN Terhadap Kepuasan Karyawan PT. Mandala Multifinance, Tbk dengan Framework Customer Satisfaction Index (CSI)," *J. Indones. Sos. Teknol. P-ISSN*, vol. 2723, p. 6609, 2022.
- [5] D. Safitri, S. P. Lestari, Y. E. Sari, and A. S. Bakti, "Analisis Kepuasan Konsumen Pada Toko Mu (Studi Kasus Pada Pegawai Universitas Muhammadiyah Kotabumi)," *J. Agric. Anim. Sci.*, vol. 3, no. 2, pp. 47–60, 2023.
- [6] W. Setrayudha and A. A. H. Suryana, "Analisis Kepuasan Konsumen Pasar Ikan Hias Muara Kota Bandung," *J. Penyul. Perikan. Dan Kelaut.*, vol. 18, no. 2, pp. 87–98, Aug. 2024, doi: 10.33378/jppik.v18i2.475.
- [7] G. M. Hanuky, A. A. H. Suryana, I. Maulina, and A. Nurhayati, "Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Toko-Toko Ikan Hias di Kecamatan Cileunyi (Studi Kasus Toko-Toko Ikan Hias di Kecamatan Cileunyi)," *J. Perikan. Unram*, vol. 14, no. 3, pp. 1307–1317, 2024.
- [8] K. di K. K. N. Padang, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan", Accessed: Nov. 04, 2025. [Online]. Available: <http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3450583&val=13365&title=Pengaruh%20Kualitas%20Pelayanan%20dan%20Harga%20terhadap%20Kepuasan%20Konsumen%20di%20Kadai%20Kopi%20Nipah%20Padang>
- [9] D. A. Putri and I. L. Kharisma, "The Implementasi Model Vision Transformers Pada Klasifikasi Jenis Kulit Wajah Berbasis Website," *J. CoSciTech Comput. Sci. Inf. Technol.*, vol. 6, no. 2, pp. 214–229, 2025.
- [10] R. M. Ayuni, N. Nugraha, and A. Fergina, "Jurnal Rancang Bangun Sistem Informasi Reseller Dengan Pendekatan Customer Relationship Management Berbasis Web," *J. CoSciTech Comput. Sci. Inf. Technol.*, vol. 6, no. 2, pp. 129–139, 2025.