

BAB III

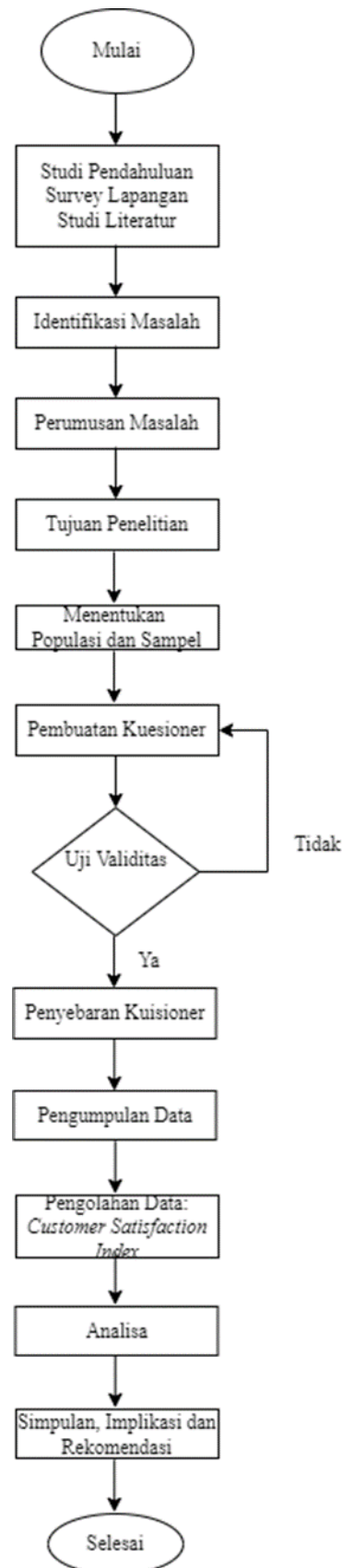
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif. Menggunakan penelitian kuantitatif karena hasil data dalam penelitian ini berupa angka-angka. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2013 : 8) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data berupa statistik/kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013 : 147) penelitian deskriptif ialah statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan menggambarkan ataupun mendeskripsikan data yang sudah terkumpul sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku generalisasi.

Metode penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Customer Satisfaction Index* (CSI) bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mengetahui tingkat kepentingan dari atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang diukur. Untuk melakukan penelitian ini menggunakan metode survei atau kuisioner yang akan diberikan kepada pelanggan selaku responden dan yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam proses penelitian ini menggunakan statistik yaitu berupa angka-angka yang selanjutnya akan dideskripsikan dari sekumpulan data tersebut.

Terdapat langkah-langkah dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada Kafe Culdesac yang akan dicapai oleh peneliti, maka berikut adalah tahapan dalam penelitian ini :



Gambar 3. 1 Prosedur penelitian

1. Studi Pendahuluan dan Survey Lapangan

Dalam tahap ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung untuk mendapatkan informasi dan mengetahui keadaan Kafe Culdesac.

2. Studi Literatur

Dalam tahap ini setelah melakukan studi pendahuluan dan melakukan survey secara langsung maka dilakukan studi literatur. Studi literatur dimulai dengan mengumpulkan informasi dan data yang berkaitan dengan tugas akhir ini. Jenis studi literatur yang menjadi acuan berasal dari sumber yang relevan dengan judul yang diambil.

3. Perumusan Masalah

Setelah melakukan survey, maka disusun lah latar belakang yang kemudian menghasilkan pokok-pokok permasalahan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan di Kafe Culdesac. Rumusan masalah berupa pertanyaan yang akan menjadi tujuan dari penelitian.

4. Tujuan Penelitian

Menentukan tujuan penelitian sangat penting karena untuk menjawab sebuah permasalahan yang ada.

5. Populasi dan Sampel

Sebelum menyebarkan kuisioner/angket maka peneliti harus menentukan terlebih dahulu yang akan menjadi populasi dan sampel pada penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Kafe Culdesac.

6. Pembuatan Kuisioner

Kuisioner yang dibuat peneliti bertujuan untuk mengumpulkan data primer yang nantinya akan diisi oleh responden, responden tersebut ialah pelanggan di Kafe Culdesac. Dalam penyusunan kuisioner menggunakan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* yang akan dibuat dalam skala likert berupa analisis tingkat kepentingan yang berisi dalam 5 kategori.

7. Uji Validitas

Pada tahap uji validitas, uji ini dilakukan bertujuan untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya dari kuisioner. Item yang akan digunakan pada penelitian apabila item tersebut sudah dapat dikatakan valid.

8. Penyebaran Kuisisioner

Pada tahap penyebaran kuisisioner/angket bertujuan untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh peneliti. Pernyataan ini disebarikan kepada pelanggan Kafe Culdesac.

9. Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data, terdapat beberapa informasi yang dibutuhkan yaitu :

1) Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung lalu melakukan pengolahan data. Data primer ini didapatkan dari kuisisioner yang disebarikan pada pelanggan Kafe Culdesac.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diapatkan dari berbagai referensi yang relevan sesuai dengan judul pada penelitian ini, baik dari jurnal-jurnal buku ataupun dokumen yang berhubungan dengan judul penelitian.

10. Pengolahan Data

Dalam tahap ini, peneliti menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), terdapat beberapa Langkah dalam metode CSI sebagai berikut :

- 1) Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*
- 2) Membuat *Weight Factors* atau Faktor Tertimbang
- 3) Membuat *Weight Score (WS)* atau Skor Tertimbang
- 4) Terakhir, menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

12. Analisa

Setelah melakukan pengolahan data dan mendapatkan hasil, Langkah selanjutnya yaitu menganalisa hasil dari pengolahan data tersebut. Analisa dari penghitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang akan memberikan penjelasan mengenai pengolahan yang sudah dilakukan sebelumnya.

13. Simpulan, Impilkasi dan Rekomendasi

Tahap terakhir yaitu membuat simpulan, implikasi dan rekomendasi. Kesimpulan berisikan poin yang berasal dari hasil pengolahan data dan analisa dari penelitian yang sudah dilakukan. Implikasi dan rekomendasi yang ditulis setelah simpulan dapat ditujukan kepada para pengguna hasil penelitian yang berkaitan dan

kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan agar penelitian ini bisa dilakukan satu tahap lebih maju dari penelitian yang sudah dilakukan.

3.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke Kafe Culdesac. Lokasi penelitian beralamat di Kafe Culdesac, Grand Galaxy City, Jl. Ruko Sentra Bisnis I Bekasi Selatan, Bekasi. Penelitian ini akan dilakukan hingga tersusunya laporan hasil dari skripsi ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Terdapat populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dan dijabarkan pada penjelasan dibawah, sebagai berikut:

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013 : 80) Populasi adalah sebuah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya dan kemudian dipelajari. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan yang berkunjung ke Kafe Culdesac. Data pelanggan yang didapat dari Kafe Culdesac rata-rata sebanyak 50 orang pelanggan yang berkunjung setiap harinya.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013 : 81) Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut. Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dianggap bisa mewakili seluruh populasi. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Teknik *Accidental Sampling* adalah dalam penentuan sampel nya yaitu berdasarkan faktor spontanitas yang berarti siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik, maka orang tersebut bisa digunakan sebagai responden (sampel). Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = 50

$$e = 5\%$$

Rumus Slovin :

$$n = \frac{50}{1 + (50 \times 5\%^2)}$$

$$n = \frac{50}{1,125}$$

$$n = 44$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 44 responden.

3.4 Instrumen Penelitian

Dalam pembuatan lembar kuisioner ini bertujuan untuk mendapatkan data berupa jawaban dari para responden. Pengukuran yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yaitu menggunakan skala likert, yang terdiri dari skala tingkat kepentingan (*importance*) sebagai pedoman untuk pelanggan agar bisa menilai tingkat kualitas pelayanan diperoleh. Pengukuran selanjutnya menggunakan skala tingkat kepuasan/kinerja (*performance*) sebagai pedoman untuk pelanggan agar bisa menilai tingkat kinerja/pelaksanaan kualitas pelayanan yang sudah diperoleh. Berikut merupakan skala likert yang akan dipakai dalam penelitian ini :

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skor	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kinerja (X)
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas
2	Tidak Penting	Tidak Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

Dalam penyusunan kuisioner pada penelitian ini, indikator yang digunakan ialah kualitas pelayanan yang dibagi menjadi 5 indikator, dengan total pertanyaan sebanyak 21 pertanyaan yang akan disebarkan kepada responden pelanggan di Kafe Culdesac. Berikut merupakan indikator untuk instrumen penelitian :

Tabel 3. 2 Indikator Penelitian

No.	Indikator	Nomor Pertanyaan	Jumlah Pertanyaan
1.	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1, 2, 3, 4, 5	5

No.	Indikator	Nomor Pertanyaan	Jumlah Pertanyaan
2.	<i>Realibility</i> (Keandalan)	6, 7, 8, 9, 10	5
3.	<i>Responsivines</i> (Daya Tanggap)	11, 12, 13, 14	4
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	15, 16, 17, 18	4
5.	<i>Emphaty</i> (Empati)	19, 20, 21	3
Jumlah Pertanyaan			21

Dibawah ini merupakan daftar pernyataan yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima indikator yakni, *Tangible* (Bukti Fisik), *Realibility* (Keandalan), *Responsivines* (Daya Tanggap), *Assurance* ,(Jaminan) dan *Emphaty* (Empati). Berikut merupakan lembar kuisisioner yang akan dibagikan kepada pelanggan.

Tabel 3. 3 Indikator dari Setiap Variabel

No.	Variabel	Pengukuran atau Dimensi Variabel
1.	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu berpenampilan rapi. 2. Tersedia fasilitas toilet untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. 3. Karyawan selalu nampak segar dan tidak lusuh saat melayani pelanggan. 4. Ketersediaan tempat parkir. 5. Penataan ruangan yang rapi dan bersih.
2.	<i>Realibility</i> (Keandalan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan selalu sigap saat ada pelanggan yang datang. 2. Karyawan bergerak cepat dalam melayani pelanggan. 3. Karyawan dapat mengelola makanan dan minuman dengan baik sesuai dengan harapan pelanggan 4. Karyawan menguasai menu apa saja yang disajikan. 5. Pelanggan menerima pesanan tanpa menunggu lama.
3.	<i>Responsivines</i> (Daya Tanggap)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tanpa menunggu lama pelanggan mendapatkan menu untuk dipesan. 2. Kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan pelanggan. 3. Karyawan selalu sigap dalam melayani kebutuhan pelanggan. 4. Karyawan segera mengganti makanan dan minuman bila pesanan tidak sesuai.

No.	Variabel	Pengukuran atau Dimensi Variabel
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lingkungan di Kafe Culdesac yang tenang membuat pelanggan merasa aman dan nyaman. 2. Menu yang disajikan berpenampilan menarik. 3. Makanan dan minuman yang disajikan memiliki rasa enak dan berkualitas. 4. Karyawan Kafe Culdesac terampil dalam melayani tamu.
5.	<i>Emphaty</i> (Empati)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan. 2. Karyawan memberi pelayanan yang sama tanpa memandang status. 3. Karyawan menerima kritik dan saran yang diberikan tamu.

Menentukan *Customer Satsofaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atau pengguna secara menyeluruh dengan melihat dari tiap kepentingan atribut-atribut atau jasa. Berikut merupakan indeks presentasi dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) :

Tabel 3. 4 Indeks Kepuasan Pelanggan

Angka Indeks	Interpretasi
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
35% - 50,99%	Kurang Puas
0% - 34,99%	Tidak Puas

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Adapun beberapa langkah dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan sebuah informasi data penelitian yang akan dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan atau memberikan pertanyaan maupun pernyataan kepada responden

untuk dijawab. Dalam penelitian ini kuisioner diberikan kepada pelanggan atau responden di Kafe Culdesac agar mereka bisa memberikan respon dari daftar pernyataan yang telah peneliti buat. Kuisioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan terbuka ataupun tertutup dan dapat diberikan kepada responden dengan cara melalui pos, internet ataupun secara langsung.

Menurut Sugiyono (2013) untuk mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan kuisioner sebagai teknik pengumpulan data yaitu :

1. Isi dan tujuan pertanyaan

Jika pertanyaan berbentuk pengukuran, maka dalam pembuatan pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variable yang akan diteliti.

2. Bahasa yang digunakan

Bahasa dalam pembuatan kuisioner harus disesuaikan dengan kemampuan bahasa responden. Jika responden tidak bisa bahasa Indonesia, maka penyusunan pertanyaan tidak menggunakan bahasa Indonesia. Jadi bahasa yang baik digunakan dalam pembuatan angket harus memperhatikan jenjang Pendidikan responden, “*frame of reference*” dan keadaan social budaya dari responden.

3. Tipe dan bentuk pertanyaan

Tipe pertanyaan dalam kuisioner dapat terbuka dan tertutup, bentuknya bisa menggunakan kalimat positif dan negatif. Jika pertanyaan terbuka, pertanyaan yang mengharapkan responden untuk menuliskan jawaban berbentuk uraian mengenai suatu hal. Jika pertanyaan tertutup, pertanyaan jenis tertutup akan membantu responden agar menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti untuk melakukan analisis data pada seluruh angket yang terkumpul.

4. Tidak menanyakan yang sudah lupa

Setiap pertanyaan dalam instrument, sebaiknya tidak menanyakan hal yang sekiranya responden sudah lupa atau memerlukan jawaban yang membuat berfikir berat.

5. Pertanyaan tidak menggiring

Untuk pertanyaan didalam angket sebaiknya tidak menggiring ke jawaban baik ataupun jelek saja.

6. Panjang pertanyaan

Pertanyaan didalam angket sebaiknya tidak panjang, jika begitu akan membuat responden jenuh dalam mengisi. Jika variable banyak, sehingga membuat instrument yang banyak pulam maka dibuatlah variasi dalam penampilan, model skala penguruan yang digunakan dan cara mengisinya.

7. Urutan Pertanyaan

Dalam pembuatan pertanyaan untuk angket sebaiknya dimulai dari pertanyaan umum hingga spesifik, atau dari pertanyaan mudah ke hal yang sulit ataupun bisa diacak. Karna hal ini bisa mempengaruhi psikologis semangat responden untuk menjawab.

8. Pertanyaan tidak mendua

Setiap pertanyaan yang dibuat dalam angket jangan mendua atau double-barreled sehingga akan menyulitkan responden dalam memberikan jawaban.

9. Prinsip pengukuran

Angket yang akan diberikan pada responden ialah instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Maka, angket tersebut harus bisa digunakan untuk memperoleh data yang valid dan juga reliabel.

10. Penampilan Fisik Angket

Penampilan fisik kuisioner sebagai alat untuk pengumpul data bisa mempengaruhi respon dan keseriusan responden dalam mengisi kuisioner. Jika angket yang diisi dalam kertas buram, akan mendapat respon kurang menarik bagi responden. Sebaliknya jika dicetak di kertas bagus maka akan menjadi menarik.

3.4.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013 : 129) pengujian validitas kontruksi dan validitas isi bisa dibantu memakai kisi-kisi instrumen ataupun matrik pengembangan instrumen. Pada kisi-kisi terdapat variabel yang akan diteliti indikator sebagai tolak ukur dan nomor butir pernyataan atau pertanyaan yang sudah dijabarkan dari indikator. Dengan kisi-kisi instrumen maka pengujian validitas bisa dilakukan dengan sistematis dan mudah. Validitas bisa diukur dengan membandingkan *r hitung* dengan *r tabel*, jika *r hitung* lebih besar dari *r tabel* maka perbedaan signifikan dan dinyatakan instrumen tersebut valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode validitas *Matriks Gregory*. Menurut Candiasa (2010) uji validitas menggunakan metode *matriks Gregory* yaitu sebuah uji menentukan koefisien validitas isi yang didasarkan pada hasil penilaian para ahli. Hasil dari penilaian dimasukkan dalam matriks 2x2 pada tabel 3.5

Tabel 3. 5 Matriks

Matriks 2x2		Validator 1	
		Tidak Relevan Skor 1 - 2	Relevan Skor 3 - 5
Validator 2	Tidak Relevan Skor 1 – 2	A	B
	Relevan Skor 1 – 5	C	D

Rumus dari *matriks Gregory* adalah sebagai berikut:

$$V_i = \frac{D}{A + B + C + D}$$

Keterangan:

- A : Jumlah butir dengan penilaian tidak relevan dari validator 1 & 2
- B : Jumlah butir dengan penilaian tidak relevan dari validator 2
- C : Jumlah butir dengan penilaian tidak relevan dari validator 1
- D : Jumlah butir dengan penilaian relevan dari validator 1 & 2

3.6 Kriteria Validitas Instrumen

Koefisien	Kategori
0,8 – 1,0	Validitas sangat tinggi
0,6 – 0,79	Validitas tinggi
0,4 – 0,59	Validitas sedang
0,2 – 0,39	Validitas rendah
0,00 – 0,19	Validitas sangat rendah

Terdapat lembar penilaian validasi instrumen yang akan dinilai oleh para dosen terhadap instrumen angket yang akan digunakan dalam penelitian, sebagai berikut:

3.7 Lembar Penilaian validasi instrumen

No	Kompenen	Skor				
		1	2	3	4	5
Kejelasan						
1	Kejelasan judul lembar angket					
2	Kejelasan butir pertanyaan					
3	Kejelasan petunjuk pengisian					
Ketetapan isi						
4	Ketetapan pernyataan dengan jawaban yang diharapkan					
Relevansi						
5	Pernyataan berkaitan dengan tujuan penelitian					
6	Pernyataan sesuai dengan aspek yang ingin dicapai					
7	Pernyataan mengungkapkan informasi yang benar					
Tidak ada bias						
8	Pernyataan berisi satu gagasan yang lengkap					
Ketepatan bahasa						
9	Bahasa yang digunakan mudah dipahami					
10	Bahasa yang digunakan efektif					
11	Penulisan sesuai dengan EYD					

Tabel 3.8 Skor Penilaian

Kategori	Skor	Keterangan
Tidak Relevan	1	Tidak baik
	2	Kurang baik
Relevan	3	Cukup Baik
	4	Baik
	5	Sangat Baik

Berikut merupakan hasil dari penilaian dari dua validator

Tabel 3.9 Hasil Penilaian Validator

Item	Validator 1	Validator 2	Hasil
1	4	4	D
2	4	4	D
3	4	4	D
4	4	4	D
5	4	5	D
6	4	5	D
7	4	5	D
8	4	4	D
9	4	4	D
10	4	5	D
11	4	4	D

Setelah dilakukan penilaian oleh dua validator, terdapat hasil yang selanjutnya akan dimasukkan kedalam matriks 2x2 seperti tabel 3.10.

Tabel 3.10 Hasil Validasi

Matriks 2x2		Validator 1	
		Tidak relevan Skor 1-2	Relevan Skor 3-5
Validator 2	Tidak relevan Skor 1-2	0	0
	Relevan Skor 3-5	0	11

Setelah mendapatkan nilai matriks 2x2 lalu dimasukkan ke rumus validasi isi menurut *Gregory* untuk mendapatkan nilai validasi isi yang bisa mengetahui kriteria validasi instrumen.

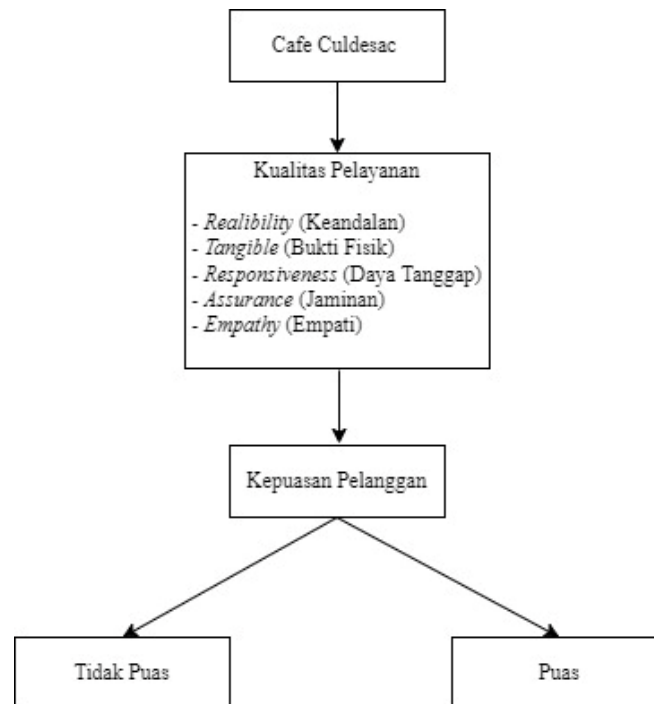
$$\text{Validasi isi} = \frac{11}{0+0+0+0+11} = 1$$

Setelah dihitung menggunakan rumus *Gregory* didapatkan hasil dengan nilai 1. Nilai tersebut bisa dilihat pada kriteria validitas, maka instrumen yang digunakan dalam penelitian ini masuk pada kriteria validitas sangat tinggi. Sehingga instrumen dalam penelitian ini layak digunakan.

3.5 Prosedur Penelitian

Setiap perusahaan pasti ingin membuat perusahaannya menjadi terus maju salah satunya agar perusahaan tetap beroperasi secara terus menerus dengan memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan yaitu sebuah perbandingan antara harapan yang diharapkan pelanggan dan kenyataan yang dirasakan sendiri oleh pelanggan tersebut. Jika yang dirasakan pelanggan melebihi dari harapan mereka, maka pelanggan sudah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan merasa puas maka akan tercipta pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain atas produk atau jasa tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Terdapat 5 (lima) dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan daya tanggap (*responsiveness*). Berdasarkan penjelasan diatas maka digambarkan sebuah kerangka pemikiran pada gambar 3.2



Gambar 3. 2 Gambar Kerangka Pemikiran

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang sudah didapat dari hasil pengumpulan data akan dianalisis melalui aplikasi Microsoft Excel dengan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebagai berikut :

3.6.1 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Dalam metode CSI, tingkat kepentingan akan menunjukkan seberapa penting aspek tersebut. Pada tingkat kepentingan tentu sejalan dengan tingkat harapan seseorang dalam pelayanan suatu objek. Sedangkan tingkat kepuasan menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap kinerja lembaga tersebut. Dari tingkat kepuasan maka akan sejalan pula dengan kinerja lembaga, karna angka tingkat kepuasan ditentukan oleh baik tidaknya dari pelayanan tersebut pada pelanggan. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* akan diolah menggunakan bantuan software Excel.

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*

Mean Importance Score (MISS) untuk menentukan rata-rata atribut tingkat kepentingan, dengan rumus :

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

Keterangan:

Y_i : Nilai kepentingan atribut Y ke-i

N : Jumlah responden

Mean Satisfaction Score (MSS) untuk menentukan atribut rata-rata tingkat kepuasan, dengan rumus :

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n}$$

Keterangan:

Y_i : Nilai kepuasan atribut Y ke-i

n : Jumlah responden

2. Menghitung *Weight Factor* (WF)

Mengubah nilai rata-rata tingkat kepentingan menjadi angka presentase dari total nilai rata-rata tingkat kepentingan untuk seluruh atribut, dengan rumus :

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan:

MIS_i : rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$: Total dari rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

3. Menghitung *Weight Score* (WS)

Menentukan nilai perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja(kepuasan) masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut :

$$WS_i = WFi \times MSS$$

Keterangan :

WFi : Faktor tertimbang ke-i

MPS : Rata-rata tingkat kepuasan

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Menghitung total kepuasan pelanggan dengan Satisfaction Index

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p MIS$: Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS :HS (*higest scale*) skala maksimum yang digunakan