TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN *SALES* MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) PADA DEALER ASCO DAIHATSU

Oleh :
SABRINA NURUL ILMI
202313059

PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK
POLITEKNIK KELAPA SAWIT CITRA WIDYA EDUKASI
BEKASI
2026

TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN *SALES* MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) PADA DEALER ASCO DAIHATSU

Oleh :
SABRINA NURUL ILMI
202313059

Tugas Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Ahli Madya pada
Program Studi Manajemen Logistik

PROGRAM STUDI MANAJEMEN LOGISTIK
POLITEKNIK KELAPA SAWIT CITRA WIDYA EDUKASI
BEKASI
2026

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir	:	Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan *Sales* Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Dealer ASCO Daihatsu
Nama	:	Sabrina Nurul Ilmi
NIM	:	202313059
Program Studi	:	Manajemen Logistik
Peminatan	:	Logistik Bisnis dan Manufaktur
Tanggal Ujian	:	21 Agustus 2026
Tanggal Lulus	:	21 Agustus 2026

Disetujui,

Pembimbing I,	**Pembimbing II,**
Ir. M. Hudori, S.T., M.T., I.P.M.	**Y.B. Rodjimin, S.E., M.M.**
NUPTK. 8458755656130092	**NUPN. 9904201821**

Diketahui,
Kepala Program Studi
Manajemen Logistik,

Ir. M. Hudori, S.T., M.T., I.P.M.
NUPTK. 8458755656130092

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul **Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan *Sales* Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada Dealer ASCO Daihatsu** adalah benar hasil karya saya dengan arahan komisi pembimbing, dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang dikutip atau dirujuk dari karya yang telah diterbitkan ataupun tidak diterbitkan dari penulis lain, telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di akhir dari Tugas Akhir ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta kepada Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi.

Bekasi, 21 Agustus 2026



Sabrina Nurul Ilmi
NIM. 202313059

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap pelayanan *Sales* di Dealer ASCO Daihatsu Bekasi, sekaligus menelusuri atribut pelayanan mana saja yang masih perlu diperbaiki agar dapat merumuskan usulan perbaikan yang relevan. Data dikumpulkan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara dengan pihak CRO, *Sales*, dan pelanggan, penyebaran kuesioner secara online, serta penelusuran dokumen internal perusahaan. Analisis dilakukan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan kualitatif menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* untuk melihat gambaran kepuasan secara menyeluruh, dipadukan dengan *GAP Analysis* berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* yaitu *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy* guna mengetahui kesenjangan antara kinerja yang dirasakan pelanggan dengan harapan yang mereka miliki. Hasil penelitian secara umum menunjukkan bahwa pelanggan berada pada kategori sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, meskipun begitu masih ditemukan kesenjangan pada beberapa atribut pelayanan, terutama yang berkaitan dengan kejelasan waktu penyerahan kendaraan dan kemudahan proses administrasi pembayaran. Temuan ini kemudian menjadi dasar bagi penyusunan usulan perbaikan, mulai dari penetapan standar waktu pengurusan dokumen kendaraan, penyederhanaan alur administrasi, hingga penjadwalan *follow-up* pascapenjualan yang lebih konsisten, tanpa mengabaikan aspek pelayanan yang sudah dinilai baik seperti keramahan *Sales* dan kebersihan unit kendaraan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan*, Customer Satisfaction Index, GAP Analysis, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL.*

ABSTRACT

This research was conducted to measure how satisfied customers feel with the Sales service at ASCO Daihatsu Dealer Bekasi, while also identifying which service attributes still need improvement so that relevant recommendations can be developed. Data were collected through direct field observation, interviews with CRO staff, Sales staff, and customers, an online questionnaire, and a review of internal company documents. The analysis used a descriptive quantitative and qualitative approach with the Customer Satisfaction Index method to get an overall picture of customer satisfaction, combined with a GAP Analysis based on the five SERVQUAL dimensions, namely Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy, to find out the gap between the service customers actually experienced and what they expected. Overall, the results show that customers fall into the very satisfied category regarding the service they received. Even so, some gaps were still found in certain service attributes, especially those related to the clarity of vehicle delivery time and the ease of the payment and administration process. These findings became the basis for a set of improvement recommendations, including setting a clear standard time for processing vehicle documents, simplifying the administrative process, and scheduling more consistent after Sales follow ups, while still maintaining aspects of service that were already rated well, such as the friendliness of the Sales staff and the cleanliness of the vehicles.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index, GAP Analysis, Service Quality, SERVQUAL.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat, taufik, dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, saya memperoleh banyak bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

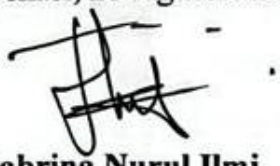
1. Kedua orang tua saya, Bapak Mustofa dan Ibu Siti Mukholifah, yang selalu mendoakan, memberi semangat, kasih sayang, dan dukungan kepada saya.
2. Kakak saya, Yoga yang selalu memberi arahan, semangat dan dukungan selama saya mengerjakan Tugas Akhir ini.
3. Yayasan Pelayanan Kasih A & A Rachmat – Adaro Foundation TA 2025–2026, yang telah memberikan beasiswa berupa bantuan UKT di Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi.
4. Bapak Ir. St. Nugroho Kristono, M.T., selaku Direktur Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi.
5. Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi, Bekasi, Jawa Barat, tempat saya menempuh pendidikan selama tiga tahun hingga meraih gelar Ahli Madya.
6. Bapak Yulianto, S.Si., M.Si., selaku Ketua Jurusan, serta Bapak Ir. M. Hudori, S.T., M.T., I.P.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Logistik Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi.
7. Bapak Ir. M. Hudori, S.T., M.T., I.P.M., selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Y.B. Rodjimin, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang sudah membimbing, mengarahkan, dan mendukung saya selama mengerjakan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh dosen dan staf Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama saya menempuh pendidikan.
9. Teman teman seperjuangan, Gia, Ripki, Mbak Shelly, Kak Alyya, Mbak Bina, yang selalu memberi semangat, bantuan, dan kebersamaan baik dalam suka maupun duka.
10. Seluruh teman angkatan Manajemen Logistik 2023 dan Tim Manufaktur 2023 yang sudah memberi dukungan dan kebersamaan selama masa perkuliahan.

11. Terima kasih untuk diri sendiri yang udah berjuang dan tidak menyerah dari awal proses sampai sidang dan Tugas Akhir ini selesai, meskipun banyak rintangan yang datang tapi tetap bisa bertahan dan kuat menjalaninya.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi dan perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, saya berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan informasi, menambah wawasan, serta memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Bekasi, 21 Agustus 2026



Sabrina Nurul Ilmi
NIM. 202313059

RIWAYAT HIDUP

Sabrina Nurul Ilmi, Merupakan anak kedua dari Ibu Siti Mukholifa dan Bapak Mustofa, lahir di Bekasi, Provinsi Jawa Barat pada tanggal 21 juli 2005. Pendidikan Sekolah Dasar di SDN Taman Rahayu 01 pada tahun 2011. Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SPMN 2 Setu pada tahun 2017. Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan di Mitra Industri MM2100 pada tahun 2020. Pada tahun 2023, saya melanjutkan Pendidikan ke jenjang Perguruan Tinggi Swasta pada Diploma III Program Studi Manajemen Logistik di Politeknik Kelapa Sawit Citra Widya Edukasi.

Perjalanan selama menjadi Mahasiswa, saya mengikuti organisasi Himpunan Mahasiswa Manajemen logistik (HIMANLOG) sebagai Anggota Kewirausahaan pada periode (Januari 2025-Januari 2026) dan Unit Kegiatan Mahasiswa *Volly Ball* sebagai Humas Eksternal pada periode (November 2023- November 2024).

Saya juga mengikuti pelatihan dasar kedisiplinan (LATSAR) di Pusat Pendidikan Zeni Tempur TNI AD Bogor periode 2023 selama 3 hari dan menyelesaikan magang selama 1 bulan di Dinas Pertanian Kota Bandar lampung pada periode (Agustus 2025), menyelesaikan magang selama 4 bulan di ASCO Daihatsu Bekasi pada periode (Maret - Juli 2026), tujuannya untuk meng*ap*likasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan dan mempraktikan-nya di dunia kerja nyata.

DAFTAR ISI

COVER LUAR i
COVER DALAM ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
PERNYATAAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
RIWAYAT HIDUP ix
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
DAFTAR ISTILAH xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Batasan Masalah 3
1.4 Tujuan Penelitian 4
1.5 Manfaat Penelitian 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 Prosedur Pelayanan 5
2.2 Fasilitas yang Diterima Pelanggan 5
2.3 Tenaga Penjual (*Sales*) 6
2.4 Kepuasan Pelanggan 8
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 8
2.4.2 Indikator Kepuasan Pelanggan 10
2.4.3 Kualitas Pelayanan 11
2.5 *Customer Satisfaction Index* (CSI) 13
2.5.1 Pengertian *Customer Satisfaction Index* (CSI) 13
2.5.2 Langkah-langkah Mencari Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 13

2.6 *GAP Analysis* 16
2.6.1 Pengertian *GAP Analysis* 16
2.6.2 Langkah Mencari Nilai *GAP Analysis* 16
2.7 Penelitian Terdahulu 17
2.10 Kerangka Pemikiran 18
BAB III METODOLOGI 19
3.1 Objek Penelitian 19
3.2 Populasi dan Sampel 20
3.2.1 Populasi 20
3.2.2 Sampel 20
3.3 Definisi Variabel 21
3.4 Data yang Dibutuhkan 23
3.4.1 Data Primer 23
3.4.2 Data Sekunder 23
3.5 Metode Pengumpulan Data 24
3.6 Metode Pengolahan Data 25
3.7 Metode Pembahasan 27
3.8 *Flowchart* Penelitian 28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 29
4.1 Pengumpulan Data 29
4.2 Pengolahan Data 34
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas *Kuesioner* 34
4.2.2 Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) 37
4.2.3 Hasil Perhitungan *GAP Analysis* 44
4.3 Usulan Perbaikan 46
BAB V SIMPULAN DAN SARAN 50
5.1 Simpulan 50
5.2 Saran 51
DAFTAR PUSTAKA 52
LAMPIRAN 54

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rentang Skala Penilaian..... 15
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu 17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 22
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Uji Validitas 34
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas..... 37
Tabel 4.3 Rata – Rata Nilai Kinerja dan Harapan..... 38
Tabel 4.4 hasil perhitungan *Weight Factor*..... 40
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan *Weight Score* 42
Tabel 4.6 Nilai WT Dari Ketujuh Atribut..... 43
Tabel 4.7 Hasil *GAP Analysis* per Atribut 45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran..... 18
Gambar 3.1 Peta lokasi ASCO Daihatsu Bekasi..... 20
Gambar 3.2 Alur Penelitian..... 28
Gambar 4.1 (50 Pertama Data *Kuesioner* periode (Des 2025 – Apr 2026))..... 33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data *Online Survei* 55
Lampiran 2 Berita Acara Wawancara Bag. CRO 61
Lampiran 3 Berita Acara Wawancara *Sales* 1 64
Lampiran 4 Berita Acara Wawancara *Sales* 2 67
Lampiran 5 Berita Acara Wawancara *Customer* 72
Lampiran 6 Contoh Data VOC 75
Lampiran 7 Contoh Data *In Depth Interview* 75
Lampiran 8 Contoh Format SOP 76
Lampiran 9 Contoh *Checklist* Dokumen 77
Lampiran 10 Cek Similarity 78

DAFTAR ISTILAH

1. Analisis Kesenjangan (*GAP Analysis*):
   Metode evaluasi yang digunakan untuk membandingkan kinerja pelayanan aktual *(performance)* dengan harapan pelanggan *(expectation)* guna mengidentifikasi kesenjangan dan menentukan prioritas perbaikan.
2. *Customer Satisfaction Index* (CSI):
   Metode pengukuran kuantitatif berbasis indeks (dalam bentuk *persentase*) untuk menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh.
3. *Service Quality* (*SERVQUAL*):
   Kerangka kerja/metode evaluasi kualitas pelayanan yang mencakup lima dimensi utama, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*.
4. Bukti Fisik (*Tangibles*):
   Dimensi kualitas pelayanan berupa fasilitas fisik, sarana, peralatan, serta penampilan fisik personel penyedia layanan.
5. Keandalan (*Reliability*):
   Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan.
6. Daya Tang*gap* (*Responsiveness*):
   Kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, serta tang*gap*.
7. Jaminan (*Assurance*):
   Pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan dalam membangun rasa percaya serta keyakinan pelanggan.
8. Empati (*Empathy*):
   Kepedulian serta perhatian secara individu yang diberikan oleh perusahaan atau karyawan kepada pelanggan.
9. *Mean Importance Score* (MIS):
   Nilai rata-rata dari tingkat kepentingan atau harapan responden terhadap suatu atribut/indikator pelayanan.

10. *Mean Satisfaction Score* (MSS):

    Nilai rata-rata dari tingkat kepuasan atau kinerja aktual yang dirasakan oleh responden terhadap suatu atribut pelayanan.

11. *Weight Factor* (WF):

    Bobot normalisasi (persentase) yang menunjukkan tingkat kepentingan relatif suatu atribut dibandingkan dengan total kepentingan seluruh atribut.

12. *Weight Score* (WS):

    Hasil perkalian antara bobot kepentingan *(Weight Factor)* dengan nilai rata-rata kepuasan (MSS) pada suatu atribut.

13. *Weight Total* (WT):

    Jumlah total dari seluruh nilai *Weight Score* (WS) pada semua atribut pelayanan yang diteliti.

14. *Standard Operating Procedure* (SOP):

    Pedoman atau petunjuk tertulis yang berisi langkah-langkah kerja terstruktur dan baku untuk memastikan seluruh tindakan operasional berjalan efektif, konsisten, serta sistematis.

15. *Customer Relation Officer* (CRO):

    Petugas atau divisi dalam perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengelola hubungan dengan pelanggan, menangani umpan balik, dan memastikan kepuasan pelanggan.

16. *Voice of Customer* (VOC):

    Data atau masukan berupa umpan balik, persepsi, dan pengalaman yang disampaikan langsung oleh pelanggan terkait produk atau layanan.

17. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*):

    Teknik pengumpulan data kualitatif melalui interaksi dan tanya jawab terstruktur secara mendalam dengan pemangku kepentingan.

18. Survei Daring (*Online Survey*):

    Pengumpulan data umpan balik dari responden melalui kuesioner berbantuan instrumen digital atau internet.

19. Tenaga Penjual (*Sales*):

    Personel yang melakukan kegiatan pemasaran dan penjualan, bertindak sebagai jembatan utama antara perusahaan dan konsumen untuk memenuhi kebutuhan pembeli.

20. *Handover/Delivery Unit*:

    Proses operasional penyerahan kendaraan yang telah dibeli secara resmi dari pihak Dealer kepada pelanggan.

21. *Handover Gift*:

    Paket hadiah, suvenir, atau kenang-kenangan yang diberikan kepada pelanggan secara terstandar pada saat penyerahan unit kendaraan sebagai bentuk apresiasi.