

EVALUASI KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI KLIKINDOMARET MENGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Marsella Agustia Ninda, Rahayu Amalia

Sistem Informasi, Universitas Bina Darma

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12, Plaju Darat, Kec. Plaju, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia
(sellamarsellatia29@gmail.com)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja dari metode konvensional menuju platform digital. Salah satu layanan ritel digital yang berkembang di Indonesia adalah aplikasi KlikIndomaret yang menyediakan layanan pembelian kebutuhan sehari-hari secara *online*. Namun demikian, penggunaan aplikasi tersebut masih menghadapi beberapa kendala, seperti ketidaksesuaian informasi stok produk, kecepatan aplikasi yang kurang optimal, serta keterbatasan informasi produk yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi KlikIndomaret menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden pengguna aplikasi KlikIndomaret. Data dianalisis dengan menghitung nilai *importance*, *satisfaction*, *weight factor*, dan *weighted score* untuk memperoleh nilai CSI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 70,01% yang berada pada kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna merasa puas terhadap layanan aplikasi KlikIndomaret, meskipun masih terdapat beberapa atribut layanan yang perlu ditingkatkan, khususnya pada aspek kecepatan aplikasi, akurasi informasi stok produk, serta tampilan antarmuka aplikasi.

Kata kunci: Kepuasan pelanggan, KlikIndomaret, Customer Satisfaction Index, e-commerce, aplikasi mobile.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja, khususnya melalui pemanfaatan platform *e-commerce*. Kemudahan akses internet serta perkembangan teknologi *mobile* membuat masyarakat semakin terbiasa melakukan transaksi secara digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia juga menunjukkan tren yang positif, di mana sektor *e-commerce* menjadi salah satu kontributor utama dalam aktivitas perdagangan berbasis digital [1].

Indomaret sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia turut beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital melalui pengembangan aplikasi KlikIndomaret. Aplikasi ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian berbagai kebutuhan sehari-hari secara *online* tanpa harus datang langsung ke gerai fisik. Melalui aplikasi tersebut, pengguna dapat mengakses berbagai layanan seperti pencarian produk, informasi promosi, pemesanan barang, serta metode pembayaran digital yang memudahkan proses transaksi [2].

Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, penggunaan aplikasi KlikIndomaret masih menghadapi beberapa kendala yang dapat memengaruhi pengalaman pengguna. Beberapa permasalahan yang sering dikeluhkan oleh pengguna antara lain ketidaksesuaian informasi stok produk dengan kondisi di toko, waktu pemuatan aplikasi yang relatif lambat, serta tampilan antarmuka atau

user interface yang kurang optimal. Permasalahan tersebut dapat memengaruhi persepsi pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi dan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu layanan digital. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan yang dimilikinya. Apabila kinerja layanan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan cenderung merasa puas dan akan terus menggunakan layanan tersebut [3].

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan digital menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini banyak digunakan karena mampu memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) terhadap atribut layanan yang dinilai oleh pengguna. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa metode CSI efektif digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna pada berbagai layanan berbasis sistem informasi dan aplikasi digital [4]–[6].

Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada evaluasi kepuasan pengguna pada sistem informasi secara umum atau pada layanan digital tertentu, sehingga kajian yang secara khusus mengevaluasi kepuasan pelanggan pada aplikasi ritel digital seperti KlikIndomaret masih relatif terbatas.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi KlikIndomaret menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap atribut layanan aplikasi berdasarkan penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta menjadi bahan evaluasi bagi pengelola aplikasi KlikIndomaret dalam meningkatkan kualitas layanan dan mengembangkan fitur aplikasi agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam penerapan metode *Customer Satisfaction Index* untuk mengevaluasi kualitas layanan pada aplikasi ritel digital sehingga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan evaluasi kepuasan pengguna pada layanan *e-commerce*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu produk atau layanan. Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan yang dimilikinya. Apabila kinerja layanan mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan [3].

Dalam konteks layanan digital, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kecepatan layanan, keakuratan informasi, serta keamanan transaksi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pengguna serta mendorong pelanggan untuk terus menggunakan layanan yang diberikan [7], [4], [10].

2.2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan kepada pelanggan dan dipersepsikan berdasarkan perbandingan antara layanan yang diterima dengan harapan pelanggan [8]. Pada layanan berbasis aplikasi *mobile*, kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan, tetapi juga dipengaruhi oleh kinerja sistem, kecepatan akses, serta kemudahan penggunaan aplikasi.

Beberapa dimensi kualitas layanan digital yang umum digunakan dalam penelitian meliputi *efficiency*, *reliability*, *fulfillment*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. Dimensi-dimensi tersebut digunakan untuk menilai tingkat kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, kecepatan

layanan, serta kemampuan penyedia layanan dalam menangani permasalahan pengguna.

Kualitas layanan yang baik akan memberikan pengalaman penggunaan yang positif bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan digital yang digunakan.

2.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara kuantitatif berdasarkan atribut layanan yang dinilai oleh pengguna [9]. Metode ini mempertimbangkan dua komponen utama dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) terhadap atribut layanan.

Tahapan perhitungan metode CSI meliputi beberapa langkah, yaitu:

- Menghitung *Mean Importance Score* (MIS)
- Menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS)
- Menghitung *Weight Factor* (WF)
- Menghitung *Weighted Score* (WS)
- Menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI yang diperoleh kemudian diinterpretasikan ke dalam beberapa kategori tingkat kepuasan pelanggan, mulai dari tidak puas hingga sangat puas.

2.4. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sebelumnya telah menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap berbagai layanan digital. Penelitian yang dilakukan pada sistem informasi website menunjukkan bahwa penerapan metode CSI mampu memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan sistem informasi dengan nilai kepuasan yang berada pada kategori sangat puas [4].

Penelitian lain mengenai evaluasi kepuasan pelanggan pada layanan publik menunjukkan bahwa metode CSI dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara efektif dengan nilai kepuasan yang berada pada kategori puas [5]. Selain itu, penelitian pada sektor layanan transportasi dan jasa juga menunjukkan bahwa metode CSI mampu mengidentifikasi atribut layanan yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan [6].

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut, metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) terbukti dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan secara komprehensif. Oleh karena itu, metode ini digunakan dalam penelitian untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi KlikIndomaret.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi KlikIndomaret. Metode CSI dipilih karena mampu memberikan gambaran kuantitatif mengenai tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan atribut layanan yang dinilai oleh pengguna [9].

3.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi KlikIndomaret. Kuesioner disusun berdasarkan beberapa atribut layanan yang berkaitan dengan kualitas layanan aplikasi digital. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5 untuk menilai tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) pengguna terhadap layanan aplikasi.

Skala penilaian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima kategori, yaitu sangat tidak penting (1), tidak penting (2), cukup penting (3), penting (4), dan sangat penting (5).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna aplikasi KlikIndomaret. Mengingat jumlah populasi yang sangat besar, maka pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan untuk memilih responden yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi KlikIndomaret serta pernah melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut.

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui media sosial seperti WhatsApp dan Telegram.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Indikator kualitas layanan yang digunakan antara lain:

- Efficiency*
- Reliability*
- Fulfillment*
- Responsiveness*
- Compensation*
- Contact*

Indikator-indikator tersebut digunakan untuk menilai kemudahan penggunaan aplikasi, keandalan sistem, keakuratan informasi, kemudahan pembayaran, serta keamanan layanan aplikasi.

3.4. Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) melalui tahapan perhitungan berikut:

- Menghitung *Mean Importance Score* (MIS)
- Menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS)
- Menghitung *Weight Factor* (WF)
- Menghitung *Weighted Score* (WS)
- Menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI kemudian dihitung menggunakan persamaan berikut:

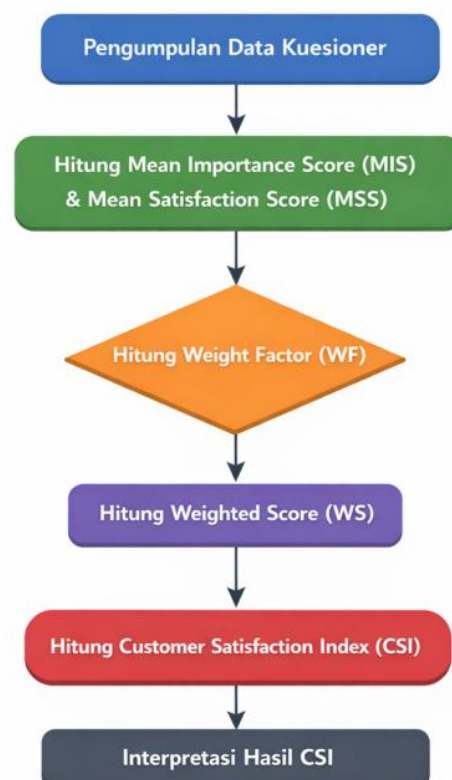
$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\% \quad (1)$$

Keterangan:

- WS= *Weighted Score*
- HS = skala maksimum yang digunakan

Nilai CSI yang diperoleh kemudian diinterpretasikan ke dalam kategori tingkat kepuasan pelanggan yang terdiri dari sangat tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas, dan sangat puas.

Proses perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Perhitungan CSI

Berdasarkan Gambar 1, proses perhitungan CSI dimulai dari pengumpulan data kuesioner, kemudian menghitung *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Selanjutnya dihitung *Weight Factor* (WF) dan *Weighted Score* (WS) untuk memperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 50 orang yang merupakan pengguna aplikasi KlikIndomaret. Responden dipilih berdasarkan kriteria pernah menggunakan aplikasi dan melakukan transaksi minimal satu kali. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden berada pada rentang usia produktif yaitu 18–35 tahun. Kelompok usia ini merupakan pengguna aktif layanan belanja digital karena memiliki tingkat literasi teknologi yang relatif tinggi.

Selain itu, sebagian besar responden menggunakan aplikasi KlikIndomaret untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, dan produk rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi KlikIndomaret telah menjadi salah satu alternatif layanan belanja digital yang digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan harian.

4.2. Perhitungan Weight Factor (WF)

Perhitungan *Weight Factor* (WF) dilakukan berdasarkan nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dari setiap atribut layanan yang digunakan dalam penelitian. Nilai WF diperoleh dengan membandingkan nilai rata-rata kepentingan setiap atribut terhadap total nilai kepentingan seluruh atribut.

Tabel berikut menunjukkan contoh hasil perhitungan WF pada beberapa atribut layanan.

Tabel 1. Perhitungan *Weight Factor*

Indikator Pertanyaan	Importance	WF
I1	4,52	0,0566
I2	4,50	0,0563
I3	4,50	0,0563
I4	4,50	0,0563
I5	4,50	0,0563
I6	4,24	0,0531
I7	4,50	0,0563
I8	4,50	0,0563
I9	4,28	0,0536
I10	4,50	0,0563
I11	4,46	0,0558
I12	4,06	0,0508
I13	4,50	0,0563
I14	4,50	0,0563
I15	4,22	0,0528
I16	4,5	0,0563
I17	4,5	0,0563
I18	4,64	0,0581
Rata-rata Importance	4,44	

Nilai rata-rata tingkat kepentingan yang diperoleh dari seluruh atribut layanan adalah 4,44, yang menunjukkan bahwa atribut layanan pada aplikasi KlikIndomaret dianggap penting oleh pengguna.

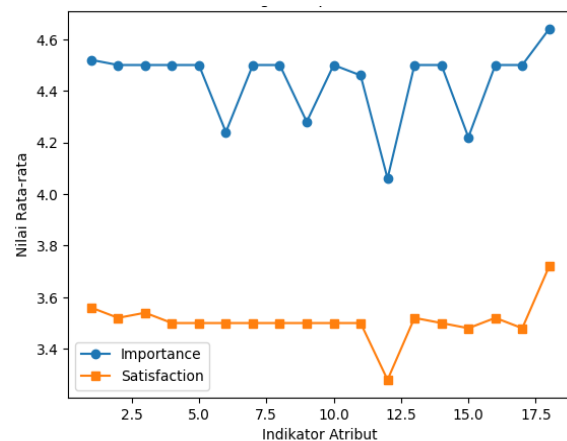
4.3. Perhitungan Weighted Score (WS)

Nilai *Weighted Score* (WS) diperoleh dari hasil perkalian antara nilai *Weight Factor* (WF) dan nilai rata-rata kepuasan (*satisfaction*) pada setiap atribut layanan. Hasil perhitungan WS kemudian dijumlahkan untuk memperoleh nilai total WS.

Tabel 2. Perhitungan *Weighted Score*

Indikator Pertanyaan	Hasil WF	Satisfaction	Hasil WS
S1	0,0566	3,56	0,2013
S2	0,0563	3,52	0,1982
S3	0,0563	3,54	0,1993
S4	0,0563	3,5	0,1971
S5	0,0563	3,5	0,1971
S6	0,0531	3,5	0,1857
S7	0,0563	3,5	0,1971
S8	0,0563	3,5	0,1971
S9	0,0536	3,5	0,1874
S10	0,0563	3,5	0,1971
S11	0,0558	3,5	0,1953
S12	0,0508	3,28	0,1666
S13	0,0563	3,52	0,1982
S14	0,0563	3,5	0,1971
S15	0,0528	3,48	0,1838
S16	0,0563	3,52	0,1982
S17	0,0563	3,48	0,1959
S18	0,0581	3,72	0,2160
Total Nilai WS			3,5060

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh total nilai WS sebesar 3,5060. Untuk melihat perbandingan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) pada setiap atribut layanan, ditampilkan grafik perbandingan pada Gambar 2.

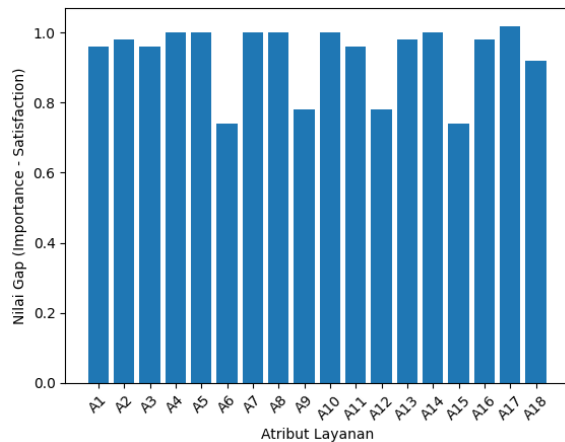


Gambar 2. Grafik Perbandingan *Importance* dan *Satisfaction*

Berdasarkan Gambar 2, terlihat bahwa nilai *importance* pada sebagian besar atribut lebih tinggi dibandingkan nilai *satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi KlikIndomaret cukup tinggi, namun masih terdapat beberapa atribut layanan yang belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan perlu

dilakukan pada atribut yang memiliki selisih nilai terbesar antara *importance* dan *satisfaction*.

Untuk melihat selisih antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) pada setiap atribut layanan, dilakukan analisis *gap* yang ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Diagram Gap *Importance – Satisfaction*

Berdasarkan Gambar 3, terlihat bahwa seluruh atribut layanan memiliki nilai *gap* positif, yang menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pengguna lebih tinggi dibandingkan tingkat kepuasan yang dirasakan. Hal ini mengindikasikan bahwa masih terdapat beberapa aspek layanan aplikasi KlikIndomaret yang perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pengguna secara optimal.

4.4. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, diperoleh nilai total *Weighted Score* (WS) sebesar 3,5060. Nilai tersebut digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pengguna aplikasi KlikIndomaret secara keseluruhan melalui perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 70,01%. Berdasarkan kriteria interpretasi CSI, nilai tersebut berada pada kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi KlikIndomaret.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa atribut layanan yang menunjukkan perbedaan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kepuasan (*satisfaction*) pengguna. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan pada atribut yang memiliki kesenjangan terbesar perlu dilakukan agar tingkat kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan.

4.5. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi KlikIndomaret secara keseluruhan telah mampu memenuhi harapan pengguna. Hal ini dapat dilihat dari nilai CSI yang berada pada kategori puas. Beberapa aspek layanan seperti kemudahan

penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, serta kemudahan metode pembayaran memperoleh penilaian yang cukup baik dari responden.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa atribut layanan yang perlu ditingkatkan. Beberapa permasalahan yang masih dirasakan oleh pengguna antara lain kecepatan aplikasi yang terkadang lambat, ketidaksesuaian informasi stok produk dengan kondisi di toko, serta tampilan antarmuka aplikasi yang dianggap kurang optimal.

Perbaikan terhadap aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan aplikasi KlikIndomaret sehingga dapat memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik bagi pelanggan. Peningkatan kualitas layanan juga berpotensi meningkatkan loyalitas pengguna serta memperkuat posisi aplikasi KlikIndomaret dalam persaingan layanan *e-commerce* di Indonesia.

4.6. Analisis Atribut Layanan

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *importance* dan *satisfaction*, beberapa atribut layanan menunjukkan perbedaan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pengguna. Atribut yang berkaitan dengan kemudahan penggunaan aplikasi (*efficiency*) memperoleh nilai kepentingan yang tinggi, yang menunjukkan bahwa pengguna sangat memperhatikan kemudahan navigasi aplikasi saat melakukan transaksi.

Pada atribut *reliability*, pengguna menilai bahwa aplikasi KlikIndomaret cukup mampu memberikan layanan yang stabil, meskipun masih terdapat beberapa keluhan terkait kecepatan aplikasi. Hal ini menunjukkan bahwa performa sistem masih perlu ditingkatkan agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal.

Atribut *fulfillment* yang berkaitan dengan ketersediaan produk juga menjadi perhatian pengguna. Beberapa responden menyatakan bahwa informasi stok produk yang ditampilkan pada aplikasi terkadang tidak sesuai dengan kondisi di toko. Kondisi ini dapat memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap layanan aplikasi.

4.7. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) pengguna aplikasi KlikIndomaret sebesar 70,01% yang berada pada kategori puas. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa metode CSI dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan digital secara efektif [7] [9].

Nilai CSI yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi KlikIndomaret secara umum telah mampu memenuhi harapan pengguna. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek layanan yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan pelanggan dapat lebih optimal.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan pengguna aplikasi KlikIndomaret menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI), diperoleh nilai CSI sebesar 70,01% yang berada pada kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum pengguna merasa puas terhadap layanan aplikasi KlikIndomaret. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan aplikasi, akurasi informasi stok produk, serta desain antarmuka aplikasi agar pengalaman pengguna menjadi lebih optimal. Oleh karena itu, pengelola aplikasi KlikIndomaret diharapkan dapat melakukan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa metode *Customer Satisfaction Index* dapat digunakan sebagai alat evaluasi yang efektif dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi digital. Dengan melakukan evaluasi secara berkala, perusahaan dapat mengetahui atribut layanan yang perlu ditingkatkan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan layanan *e-commerce* yang semakin ketat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Google, Temasek, and Bain & Company, “*e-Conomy SEA 2023: Reaching New Heights in Southeast Asia’s Digital Economy*,” 2023.
- [2] G. C. Hermawan and D. F. Suyatno, “Analisis kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) dan *DeLone and McLean*,” *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence* (JEISBI), vol. 4, no. 3, pp. 50–63, 2023.
<https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i3.54230>
- [3] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management, Global Edition*, 16th ed. Pearson Higher London, U.K., 2021.
- [4] Farid, Giu, and Syamsudin, “Analisis kepuasan mahasiswa terhadap kualitas layanan sistem informasi website menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*,” : *Journal Of Software Engineering And Communication*, vol. 2, no. 1, pp. 1-5, 2024.
<https://doi.org/10.56190/jsec.v2i1.20>
- [5] Lamasal, Kadir, and Abudi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* di Wilayah Kerja Puskesmas Tilango,” *Jurnal Kolaboratif Sains*, vol. 8, no. 9, pp. 5659–5672, 2025.
<https://doi.org/10.56338/jks.v8i7.8280>
- [6] Sadika, Neyland, and Sutrisno, “Analisis kepuasan pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index*,” *Jurnal Tekno Mesin* Vol. 9 No. 2, pp. 52-61, 2023.
<https://doi.org/10.35793/jtmu.v9i2.48746>
- [7] B. Budiarno, I. B. N. Udayana, and A. Lukitaningsih, “Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan,” *Equilibrium : Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, vol. 19, no. 02, pp. 226-233, 2022.
<https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- [8] V. A. Zeithaml, M. J. Bitner, and D. D. Gremler, *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*, 8th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2020.
- [9] D. P. Permata et al., “Analisis Penerapan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Dalam Menentukan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Andika Wedding Organizer,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMSI)*, vol. 9, no. 3, pp. 983-995, 2023.
<https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1222>
- [10] N. R. Hidayah K., D. Lantara, and A. Pawennari, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan E-commerce Shopee Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* Pada Kota Makassar,” *Jurnal Rekayasa Sistem Industri & Manajemen*, vol. 2, no. 2, pp. 68–77, 2024.
<https://doi.org/10.33096/jrsim.v2i2.621>