

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN  
METODE CSI DAN ANALISIS SWOT DALAM  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
PT. TJAKRINDO MAS**

**SKRIPSI**



Oleh :

**SISKA FITRI ANDINI**

**18032010008**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2022**

**SKRIPSI**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN  
METODE CSI DAN ANALISIS SWOT DALAM  
MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA  
PT. TJAKRINDO MAS**

**Disusun oleh :**

**SISKA EITRLANDINI**  
**18032010008**

**Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Di Terima Oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal: 15 Juli 2022**

**Tim Penguji:**

1.

**Dr. Dira Ernawati, ST., MT**  
**NP3K. 19780602 202121 2 003**

2.

**Ir. M. Tutuk Safirin, MT**  
**NIP. 1963040619893 1 001**

3.

**Dr. Ir. Minto Waluyo, MM**  
**NIP. 19611130 199003 1 001**

**Pembimbing:**

1.

**Dr. Ir. Minto Waluyo, MM**  
**NIP. 19611130 199003 1 001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Teknik  
UPN "Veteran" Jawa Timur**

**Dr. Dra. Jarivah, MP**  
**NIP. 19650403 199103 2 001**



**KETERANGAN REVISI**

Mahasiswa di bawah ini:

Nama : Siska Fitri Andini

NPM : 18032010008

Program Studi : ~~Teknik Kimia~~ / Teknik Industri / ~~Teknologi Pangan~~ /  
~~Teknik Lingkungan~~ / Teknik Sipil

Telah mengerjakan revisi / ~~tidak ada revisi~~ \*) ~~PRA-RENCANA (DESAIN)~~ / SKRIPSI / TUGAS  
AKHIR Ujian Lisan Periode. JULI, TA. 2022 .

Dengan judul : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CSI  
DAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI  
PEMASARAN PADA PT. TJAKRINDO MAS

Dosen Penguji yang memerintahkan revisi :

1. Dr. Dira Ernawati, ST., MT

2. Ir. M. Tutuk Safirin, MT

3. Dr. Ir. Minto Waluyo, MM

Surabaya, 18 Juli 2022

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing

Dr. Ir. Minto Waluyo, MM  
NIP. 19611130 199003 1 001

Catatan: \*) coret yang tidak perlu



## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Siska Fitri Andini  
NPM : 18032010008  
Program Studi : Teknik Industri  
Alamat : Jl. Demak Jaya II No. 61  
No. HP : 081217445787  
Alamat e-mail : siskaandini45@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa isi sebagian maupun keseluruhan skripsi saya dengan judul :

### **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE CSI DAN ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA PT. TJAKRINDO MAS**

Adalah benar penelitian saya sendiri atau bukan plagiat hasil penelitian orang lain, diselesaikan tanpa menggunakan bahan-bahan yang tidak diijinkan dan saya ajukan sebagai persyaratan kelulusan program sarjana Teknik Industri Fakultas Teknik UPN "Veteran" Jawa Timur. Apabila ternyata pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2022

Mengetahui,

Koorprogdi Teknik Industri

Dr. Dira Ernawati, ST., MT  
NP3K. 19780602 202121 2 003

Yang Membuat Pernyataan



Siska Fitri Andini  
NPM. 18032010008

## **KATA PENGANTAR**

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan taufik serta hidayah-Nya yang telah diberikan sehingga penulisan Laporan Skripsi ini dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode CSI Dan Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada PT. Tjakrindo Mas” bisa terselesaikan.

Skripsi ini disusun guna mengikuti syarat kurikulum tingkat sarjana (S1) bagi setiap mahasiswa Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Kami menyadari bahwa laporan skripsi ini masih kurang sempurna, penulis menerima adanya saran dan kritik untuk membenahinya.

Penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan karena tidak lepas dari bimbingan pengarahannya, petunjuk, dan bantuan dari berbagai pihak yang membantu dalam penyusunannya. Oleh karena itu penulis tidak lupa untuk menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Jariyah, MP. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Dira Ernawati, ST., MT. selaku Koordinator Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Bapak Dr. Ir. Minto Waluyo, MM. selaku dosen pembimbing Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Bapak dan Ibu penguji yang membantu dalam membenahan laporan skripsi saya ini serta bantuan-bantuan lainnya.
6. Semua dosen yang pernah mengajar dan membimbing saya dan juga staff UPN yang membantu saya dalam proses pencapaian laporan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu mendoakan dalam setiap langkah saya dan selalu memberikan dukungan hingga laporan skripsi ini terselesaikan.
8. Manajemen PT. Tjagrindo Mas yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
9. Teman-teman saya yaitu Habibatul dan teman-teman lainnya yang senantiasa menemani untuk bercengkrama dan juga memberi motivasi untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
10. Semua responden yang telah memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian saya.
11. Teman-teman Teknik Industri dan khusus nya angkatan 2018 yang sudah memberikan banyak pengalaman selama masa perkuliahan dan membantu untuk menyelesaikan laporan skripsi ini.
12. Para sahabat saya, Faiza, Herlin dan Dita yang selalu memberikan dukungan

13. Sahabat saya Rosyidah dan Alif yang senantiasa menerima curhatan dalam pengerjaan serta memberikan dukungan berupa motivasi untuk tidak lupa menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membantu penulis dimasa yang akan datang.

Akhir kata semoga laporan ini dapat bermanfaat sekaligus dapat menambah wawasan serta berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan Semoga Allah SWT Memberikan rahmat kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan.

Surabaya, 20 Juni 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Asumsi.....	4
1.5 Tujuan Penelitian.....	4
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Jasa .....	7
2.1.1 Pengertian Jasa.....	7
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	7
2.2 Kualitas Layanan .....	9
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	13



2.3.2	Cara Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	14
2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
2.4	Perilaku Konsumen .....	17
2.5	Pengertian Pemasaran.....	19
2.5.1	Konsep Pemasaran.....	20
2.5.2	Peranan Pemasaran .....	21
2.5.3	Saluran Pemasaran.....	22
2.5.4	Lingkungan Pemasaran.....	23
2.6	Strategi Pemasaran .....	23
2.6.1	Perumusan Strategi Pemasaran.....	25
2.6.2	Jenis-Jenis Strategi Pemasaran .....	26
2.6.3	Unsur-Unsur Pemasaran.....	27
2.7	Standar Nasional Indonesia Produk Beton .....	29
2.8	Harga Produk PT. Tjagrindo Mas Dengan Pesaing.....	31
2.9	Populasi dan Sampel.....	32
2.10	Pengertian Kuesioner.....	33
2.11	Pengujian Kuesioner.....	35
2.11.1	Uji Validitas.....	35
2.11.2	Uji Reliabilitas .....	36
2.12	Identifikasi Variabel .....	36
2.13	Distribusi Frekuensi.....	37
2.14	Metode Analisis Kepuasan Pelanggan .....	39
2.15	Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	41

2.16 Analisis SWOT.....	44
2.16.1 Elemen-Elemen Dalam Analisis SWOT .....	46
2.16.2 Komponen Analisis SWOT .....	49
2.16.3 Keuntungan Analisis SWOT .....	51
2.17 Model Analisis SWOT .....	53
2.17.1 Matriks Evaluasi Faktor Internal .....	53
2.17.2 Matriks Evaluasi Faktor Eksternal .....	55
2.17.3 Matriks Internal dan Eksternal.....	56
2.18 Penelitian Terdahulu.....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....	65
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	65
3.2 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	65
3.2.1 Identifikasi Variabel .....	65
3.2.2 Definisi Operasional variabel .....	66
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	69
3.4 Metode Pengolahan Data.....	69
3.5 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah .....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	75
4.1 Pengumpulan Data.....	75
4.1.1 Data Dimensi, Atribut Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan .....	75
4.1.2 Penyusunan Kuesioner.....	76

4.1.3	Penyebaran Kuesioner .....	76
4.1.4	Pengumpulan Keusioner .....	76
4.2	Uji Validitas.....	77
4.3	Uji Reliabilitas.....	79
4.4	Pengolahan Data Dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	80
4.4.1	Perhitungan <i>Weighted Factor (WF)</i> .....	80
4.4.2	Perhitungan <i>Weighted Score (WS)</i> .....	82
4.4.3	Perhitungan <i>Weighted Total (WT)</i> .....	82
4.4.4	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	83
4.5	Percanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis SWOT .....	83
4.5.1	Faktor Internal .....	84
4.5.2	Faktor Eksternal.....	89
4.5.3	Matriks SWOT.....	91
4.5	Pembahasan .....	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran .....	99

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Survey Awal Ketidakpuasan Pelanggan Beton Pratekan PT. Tjakrindo Mas .....	1
Tabel 2.1	Contoh Atribut Kualitas Pelayanan.....	12
Tabel 2.2	Langkah langkah Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran, Penempatan Pasar.....	20
Tabel 2.3	Toleransi Waktu yang Diizinkan.....	30
Tabel 2.4	Daftar Harga Produk PT. Tjakrindo Mas Dengan Pesaing .....	32
Tabel 2.5	Skor Skala <i>Likert</i> .....	34
Tabel 2.6	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	42
Tabel 2.7	Kriteria <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	43
Tabel 2.8	Contoh Matrik IFAS.....	55
Tabel 2.9	Contoh Matrik EFAS .....	56
Tabel 2.10	Matrik Internal Eksternal .....	57
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator.....	68
Tabel 4.1	Atribut Penelitian .....	75
Tabel 4.2	Uji Validitas Persepsi .....	77
Tabel 4.3	Uji Validitas Harapan.....	78
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Persepsi Dan Harapan .....	80
Tabel 4.5	Perhitungan <i>Weighted Factor</i> .....	81
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan WF, WS dan WT .....	82
Tabel 4.7	Data Kusisioner SWOT Variabel Faktor Internal .....	86
Tabel 4.8	IFAS ( <i>Internal Strategic Factor Analysis Summary</i> ).....	88

Tabel 4.9	Data Kuesioner SWOT Variabel Faktor Eksternal .....	90
Tabel 4.10	EFAS ( <i>External Strategic Factor Analysis Summary</i> ).....	90
Tabel 4.11	Perhitungan kuadran SWOT .....	91
Tabel 4.12	Matrik SWOT.....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Penilaian Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	10
Gambar 2.2	Model Kepuasan/Ketidakpuasan Pelanggan .....	14
Gambar 2.3	Matriks SWOT. ....	46
Gambar 2.4	Diagram analisis SWOT.....	58
Gambar 3.1	Langkah – Langkah Penelitian dan Pemecahan Masalah.....	71
Gambar 4.1	Diagram SWOT PT. Tjakrindo Mas .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran A Kuesioner Penelitian
- Lampiran B Hasil Kuesioner dan Rata-Rata Hasil Kuesioner
- Lampiran C Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran D Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index*
- Lampiran E Tabel Z dan Tabel R
- Lampiran F Perhitungan Nilai SWOT
- Lampiran G Gambar Produk PT. Tjakrindo Mas

## ABSTRAK

PT. Tjagrindo Mas adalah perusahaan dalam negeri yang memproduksi produk beton pratekan yang merupakan bahan utama dalam pengembangan dan pembangunan infrastruktur di Indonesia yang berdiri sejak tahun 1997. Di PT. Tjagrindo Mas belum pernah mengukur tingkat kepuasan pelanggan sebelumnya. Masalah eksternal yang ada saat ini yaitu munculnya kompetitor dengan produk sejenis. Berdasarkan permasalahan yang ada, metode yang tepat untuk memecahkan masalah ini yaitu *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan SWOT. Metode CSI digunakan untuk menghitung tingkat loyalitas pelanggan sedangkan SWOT digunakan untuk merumuskan strategi promosi yang akan diterapkan perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan metode CSI terhadap lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan angka 73,44% atau 0,7344. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Tjagrindo Mas. Dari hasil analisa SWOT didapatkan strategi SO (*Strength and Opportunities*) yang artinya perusahaan mempunyai kekuatan sehingga mampu memaksimalkan peluang yang tersedia. Strategi yang perlu digunakan perusahaan di kuadran I yaitu agresif.

**Kata kunci:** Tingkat Kepuasan Pelanggan, Strategi Pemasaran, *Customer Satisfaction Index*, SWOT.



## ABSTRACT

*PT. Tjakrindo Mas is a homegrown organization that produces prestressed substantial items which are the principal material in the turn of events and development of foundation in Indonesia which was laid out in 1997. At PT. Tjakrindo Mas has never estimated the degree of consumer loyalty previously. The ongoing outside issue is the development of contenders with comparative items. In light of the current issues, the proper strategy to take care of this issue is the Consumer Satisfaction Index (CSI) and SWOT. The CSI technique is utilized to compute the degree of consumer loyalty while the SWOT strategy is utilized to figure out a promoting procedure that will be applied by the organization. The aftereffects of examination directed utilizing the CSI strategy on the five components of administration quality showed the figure of 73.29% or 0.7329. These outcomes show that clients are happy with the administrations given by PT. Tjakrindo Mas. From the consequences of the SWOT investigation, the SO (Strength and Potential open doors) technique is gotten, and that implies the organization has the strength so augmenting the accessible opportunities is capable. The system that organizations need to use in quadrant I is forceful.*

**Keywords** : *Customer Satisfaction Level, Marketing Strategy, Customer Satisfaction Index, SWOT.*