

Evaluasi Pelayanan Pengunjung Museum Pembela Tanah Air Bogor Dengan Metode *Customer Satisfaction Index*

Muhammad Romadhona Haykal Siagian*¹, Aditya Sugih Setiawan²

^{1,2}Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor, Indonesia

*E-mail: haykalromadhona6@gmail.com¹, aditsugih21@gmail.com²

Riwayat Artikel

Diterima : 18 Juli 2025
Direvisi : 10 Oktober 2025
Diterbitkan : 05 Desember 2025

Kata kunci: *customer satisfaction index, kepuasan pelayanan, museum peta*

Abstrak

Industri pariwisata saat ini memegang peran penting dalam menopang perekonomian negara. Kualitas layanan sendiri merujuk kepada tingkat keunggulan yang diberikan oleh pengelola atau penyedia jasa dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pengunjung. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan studi pustaka. Variabel utama yang diteliti berkaitan dengan aspek-aspek kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, keandalan, responsivitas, empati, serta jaminan. Data dianalisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan hasilnya menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung Museum Pembela Tanah Air Bogor berada pada angka 0,768, yang masuk dalam kategori puas.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

1. PENDAHULUAN.

Museum PETA secara tidak langsung menjadi bagian dari perkembangan dari budaya Indonesia. Tempat bersejarah ini dapat menjadi objek wisata dengan daya tarik utamanya adalah kandungan historis semasa kedudukan Jepang. Selain itu, eksistensi Museum PETA secara langsung memiliki nilai penting bagi perkembangan Pendidikan sejarah di Indonesia (Safarani, 2023). Oleh karena itu Museum PETA berfungsi sebagai pusat edukasi sejarah perjuangan bangsa. Kualitas pelayanan dan berpengetahuan dari pemandu meningkatkan pengalaman pengunjung. Menurut Sadjiono, kepuasan tercapai saat perasaan tersebut dipenuhi setelah membandingkan kinerja dan harapan pengunjung selama berkunjung (Sadjiono *et al.*, 2018).

Kualitas layanan dalam pengelolaan museum merupakan konsep yang kompleks, mencakup berbagai aspek pengalaman pengunjung. Konsep ini berkaitan dengan penyajian pameran dan cara layanan diberikan, serta melibatkan keterampilan tenaga kerja dan tingkat empati yang ditunjukkan oleh museum dalam melayani pengunjung. (Isnaini, 2019)

Hal ini diperkuat Mutu pelayanan sejalan dengan studi dari Kotler dalam Sulistiowati Dapat diartikan sebagai suatu Metode ini memungkinkan pelanggan menilai

kesesuaian antara harapan dan pengalaman mereka. Jika pelayanan memenuhi atau melebihi ekspektasi, dianggap berkualitas baik dan memuaskan, yang dapat mendorong loyalitas pelanggan. Mutu layanan mencakup kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan jelas dan tersembunyi. (Sulistiyowati, 2018) Oleh karena itu Menurut (Sadjiono *et al.*, 2018) komunikasi yang efektif antara semua pihak dalam pelayanan berkontribusi pada kualitas layanan dan kepuasan pengunjung. Kepuasan tercapai ketika kualitas layanan memenuhi harapan, yang mendorong pengguna untuk membangun hubungan saling menguntungkan dengan penyedia layanan.

Dimensi kualitas pelayanan mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik menunjukkan fasilitas dan penampilan, keandalan memastikan layanan tepat dan terpercaya, daya tanggap menampilkan kecepatan dan perhatian, empati menggambarkan perhatian dan pemahaman terhadap pengunjung, dan jaminan mencakup pengetahuan, keramahan, serta rasa aman yang diberikan oleh pengelola (Sadika *et al.*, 2023)

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan mencakup semua aktivitas penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan, meliputi kemudahan, kecepatan, komunikasi, kompetensi, dan keramahan. Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali, menciptakan hubungan berkelanjutan.

2. METODE.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mengadopsi metode survei (non-eksperimental) sebagai pendekatannya, yang berlandaskan pada prinsip *positivistik* dengan mengandalkan data konkret dalam bentuk angka-angka. Data tersebut kemudian diolah menggunakan statistik sebagai alat bantu dalam pengukuran dan pengujian, guna menghasilkan kesimpulan yang akurat sesuai dengan masalah yang dihadapi (Syakuron *et al.*, 2022). Riset deskriptif sendiri bertujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena secara kuantitatif, melalui analisis data yang diperoleh dari informasi yang ada dan opini responden yang dikumpulkan melalui survei. Pendekatan ini membantu dalam memahami tingkat pelayanan Museum PETA secara objektif dan mendalam.

Penelitian ini dilaksanakan di Museum PETA yang beralamat di Jl. Jend. Sudirman Pabaton, Bogor Timur, Kota Bogor. Kegiatan penyusunan proposal, pengumpulan data, dan pelaksanaan penelitian dilakukan selama empat bulan, dimulai dari bulan Maret hingga Juni 2025. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi langsung, distribusi kuesioner kepada responden, serta studi pustaka dari berbagai literatur terkait. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden, sementara data pendukung yang bersifat sekunder diperoleh melalui dokumen-dokumen yang relevan dan terkait dengan objek penelitian (Sugiyono, 2018)

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive* sampling. Metode ini dipilih karena pengambilan sampel didasarkan

pada pertimbangan tertentu, yaitu memilih secara sengaja individu atau elemen yang dianggap paling relevan dan mampu mewakili tujuan dari penelitian. (Marinu Waruwu, 2023)

Lain halnya untuk analisis data menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengunjung museum, membantu pengelola memantau dan meningkatkan layanan. CSI memberikan gambaran lengkap tentang persepsi pelanggan, menilai atribut layanan, dan memotivasi *staf* untuk memperbaiki kualitas sehingga pengalaman pengunjung semakin optimal.

Adapun Perhitungan indeks kepuasan pelanggan *Customer Satisfaction Index* menurut (Setiawan, 2024) dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

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

Nilai *Mean Importance Score* (MIS) merupakan nilai rata-rata tingkat kepentingan atau harapan suatu atribut, didapatkan dengan rumus:

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

Nilai *mean satisfaction score* (MSS) merupakan nilai rata-rata tingkat kinerja/kepuasan atribut, didapatkan dengan rumus:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

2. Menghitung *Weighted Factor* (WF)

Nilai *Weight Factor* merupakan persentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) masing-masing atribut terhadap nilai total *Mean Importance Score* (MIS) seluruh atribut, didapatkan dengan rumus:

$$WF = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{\sum MIS} \times 100\%$$

3. Menghitung *Weight Score* (WS)

Nilai *Weight Score* (WS) merupakan perkalian antara *Weight Score* (WF) dengan *mean satisfaction score* (MSS), didapatkan dengan rumus:

$$WS_i = WFi \times MSS$$

4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau index kepuasan pelanggan merupakan nilai akhir tingkat kepuasan. Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapatkan dengan membagi nilai *weight score* (WS) dengan skala tertinggi yang digunakan dalam penelitian rumus perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS} \times 100\%$$

Umumnya, nilai *Customer Satisfaction Index* dibagi dalam lima kriteria yaitu tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas dan sangat puas. Kriteria nilai *Index* kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 1

Table 1 Kriteria Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	> 0.80	Sangat puas
2	0.66 – 0.80	Puas

3	0.51 – 0.65	Cukup puas
4	0.35 – 0.50	Kurang puas
5	0.00 – 0.34	Tidak puas

Dalam penelitian ini, digunakan skala Likert sebagai alat ukur. Berdasarkan pendapat Skala Likert, metode ini efektif untuk menilai sikap, opini, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap berbagai fenomena sosial. Setiap jawaban yang diberikan oleh responden memiliki nilai skor tertentu, yaitu: Sangat Setuju (SS) mendapatkan skor 5, Setuju (S) skor 4, Kurang Setuju (KS) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN.

Museum Pembela Tanah Air adalah salah satu situs sejarah yang terletak di Kota Bogor, yang menyimpan berbagai koleksi peninggalan dari masa terbentuknya PETA, termasuk alat-alat perang dan artefak bersejarah lainnya. Tempat ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat edukasi bagi siswa dan mahasiswa, tetapi juga menjadi destinasi wisata sejarah dan pusat penelitian yang memungkinkan pengunjung untuk mempelajari isu-isu penting terkait sejarah, sekaligus melakukan tindakan nyata dalam menanggapi masalah tersebut sesuai pendekatan yang dipilih. Mengacu pada data yang telah diolah berkaitan dengan nilai harapan terkait pada Museum PETA sebagai berikut;

Table 2 Nilai Harapan MIS

MIS	Total MIS	Nilai MIS
y1	438	4,38
y2	435	4,35
y3	441	4,41
y4	431	4,31
y5	433	4,33
y6	444	4,44
y7	430	4,3
y8	434	4,34
y9	425	4,25
y10	429	4,29
y11	435	4,35
y12	431	4,31
y13	433	4,33
y14	442	4,42
y15	444	4,44
y16	434	4,34
Total		69,59

Sumber : olah data peneliti 2025

Sementara itu terkait dengan nilai kinerja pada kualitas pelayanan Museum PETA dapat dilihat sebagai berikut :

Table 3 Nilai Kinerja MSS

MSS	Total MSS	Nilai MSS
x1	335	3,35

x2	334	3,34
x3	340	3,4
x4	328	3,28
x5	331	3,31
x6	342	3,42
x7	328	3,28
x8	332	3,32
x9	324	3,24
x10	328	3,28
x11	334	3,34
x12	329	3,29
x13	332	3,32
x14	342	3,42
x15	341	3,41
x16	332	3,32
Total		53,32

Sumber : olah data peneliti 2025

Kemudian pada tahapan selanjutnya yaitu membuat *weight factors* (WF) mengacu pada persentase nilai MIS per indikator terhadap MIS seluruh indikator Tabel 4.:

Table 4 Rekapitulasi MIS & WF

MIS & WF	Nilai MIS	WF (%)
y1	4,38	6,29
y2	4,35	6,25
y3	4,41	6,34
y4	4,31	6,19
y5	4,33	6,22
y6	4,44	6,38
y7	4,3	6,18
y8	4,34	6,24
y9	4,25	6,11
y10	4,29	6,16
y11	4,35	6,25
y12	4,31	6,19
y13	4,33	6,22
y14	4,42	6,35
y15	4,44	6,38
y16	4,34	6,24
Total		100

Sumber : olah data peneliti 2025

Lain halnya dengan *weight factors* (WF) mengacu pada prosentase nilai MSS per indikator terhadap MSS seluruh indikator Tabel 5

Table 5 Rekapitulasi MSS & WF

MSS & WF	Nilai MSS	WF(%)
x1	3,35	6,28
x2	3,34	6,26

x3	3,4	6,38
x4	3,28	6,15
x5	3,31	6,21
x6	3,42	6,41
x7	3,28	6,15
x8	3,32	6,23
x9	3,24	6,08
x10	3,28	6,15
x11	3,34	6,26
x12	3,29	6,17
x13	3,32	6,23
x14	3,42	6,41
x15	3,41	6,40
x16	3,32	6,23
Total		100

Sumber : olah data peneliti 2025

Sementara itu pada proses selanjutnya adalah menetapkan *weight score* (WS) pada MSI dengan mengacu perhitungan WF x MSI terdapat pada Tabel 6.

Table 6 Rekapitulasi MIS & WS

MIS & WF	Nilai MIS	WF(%)	WS
x1	4,38	6,29	0,28
x2	4,35	6,25	0,27
x3	4,41	6,34	0,28
x4	4,31	6,19	0,27
x5	4,33	6,22	0,27
x6	4,44	6,38	0,28
x7	4,3	6,18	0,27
x8	4,34	6,24	0,27
x9	4,25	6,11	0,26
x10	4,29	6,16	0,26
x11	4,35	6,25	0,27
x12	4,31	6,19	0,27
x13	4,33	6,22	0,27
x14	4,42	6,35	0,28
x15	4,44	6,38	0,28
x16	4,34	6,24	0,27
Total		100	4,350

Sumber : olah data peneliti 2025

Adapun dalam proses berikutnya adalah menetapkan *weight score* (WS) pada MSS dengan mengacu perhitungan WF x MSS terdapat pada Tabel 7.

MSS & WF	Nilai MSS	WF(%)	WS
x1	3,35	6,28	0,21

x2	3,34	6,26	0,21
x3	3,4	6,38	0,22
x4	3,28	6,15	0,20
x5	3,31	6,21	0,21
x6	3,42	6,41	0,22
x7	3,28	6,15	0,20
x8	3,32	6,23	0,21
x9	3,24	6,08	0,20
x10	3,28	6,15	0,20
x11	3,34	6,26	0,21
x12	3,29	6,17	0,20
x13	3,32	6,23	0,21
x14	3,42	6,41	0,22
x15	3,41	6,40	0,22
x16	3,32	6,23	0,21
Total		100	3,333

Sumber : olah data peneliti 2025

Pada bagian akhir yaitu penentuan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan menggabungkan WS lalu dibagi bobot indikator maka didapatkan besar *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebagai berikut :

$$\text{CSI (MIS)} = \frac{4,350}{5} = 0,87$$

$$\text{CSI (MSS)} = \frac{3,333}{5} = 0,67$$

$$\text{Total CSI} = \frac{0,67+0,87}{2} = 0,768$$

3.1. Pembahasan

Mengacu pada hasil data di atas menunjukkan bahwa pada penilaian harapan kualitas pelayanan Museum PETA mendapatkan skor sebesar 69,59 sementara itu pada Bukti fisik (*Tangible*) merujuk pada segala aspek yang berhubungan dengan kondisi fisik tempat, perlengkapan yang digunakan, dan penampilan dari staf maupun pengunjung sendiri. Dalam hal ini, kita menilai keadaan fasilitas, peralatan, dan penampilan pekerja sebagai bagian dari pengalaman langsung yang dapat dilihat dan dirasakan. Karena layanan sering kali tidak bisa diamati secara langsung seperti barang fisik, pengunjung cenderung mengevaluasi layanan berdasarkan apa yang mereka lihat dan alami secara nyata.

Gambar 1 Halaman Depan Museum



Sumber : Dokumentasi Peneliti 2025

Dimensi *tangible* atau bukti fisik menjadi hal pertama yang dirasakan pelanggan karena kualitas layanan ini tidak langsung terasa. Dengan skor tertinggi 4,41, pengunjung menilai penampilan petugas Museum PETA sangat rapi dan profesional. Selain itu, kondisi fasilitas Museum yang baik dan terawat mendapatkan skor 3,35, menunjukkan bahwa pengunjung melihat museum ini sebagai tempat yang nyaman dan terjaga. Penghargaan tinggi terhadap aspek fisik ini menunjukkan bahwa meskipun sifatnya tidak langsung, tampilan dan kondisi fisik sangat berpengaruh terhadap persepsi kualitas layanan yang diberikan. Hal ini penting karena menjadi indikator utama dari mutu layanan yang berdampak langsung terhadap pengalaman pengunjung.

Kemudian selanjutnya mengenai Keandalan atau *reliability* merujuk pada kemampuan museum dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan secara tepat waktu dan konsisten. Artinya, museum diharapkan mampu menyelesaikan tugas dan memenuhi komitmennya dengan akurat dan tepat pada waktunya. Hal ini mencakup kecepatan dalam menanggapi keluhan pengunjung serta memberikan pelayanan yang tepat dan memuaskan, termasuk keakuratan dalam menanggapi kebutuhan dan problem yang diajukan oleh pengunjung.

Gambar 2 Suasana Museum



Sumber : dokumentasi pribadi 2025

Oleh karena itu menunjukkan bahwa dimensi keandalan (*reliability*), yang mencakup aspek kepercayaan dan tanggung jawab, mendapatkan skor tertinggi sebesar 4,44. Hal ini

menunjukkan bahwa pengunjung museum, khususnya Museum Pembela Tanah Air Bogor, menunjukkan tingkat antusiasme yang cukup tinggi, yang tercermin dari kepercayaan dan rasa tanggung jawab pengelola museum terhadap layanan yang diberikan Sementara itu pada penilaian kinerja variabel keandalan (reliability) memperoleh skor sebesar 3.42 ternyata menunjukkan adanya asimetris pada penelitian harapan.

Nilai kinerja yang rendah terlihat dari tanggapan pengunjung yang kurang antusias terhadap kualitas pelayanan. Padahal, awalnya mereka memiliki ekspektasi yang tinggi, namun saat berada di museum, pengunjung menilai pengelola dari aspek kepercayaan dan rasa tanggung jawab yang dirasakan dalam pelayanan.

Lain halnya keandalan adapun daya tanggap ialah sikap cepat tanggap dari pengelola dalam membantu dan memenuhi kebutuhan pengunjung. Artinya, pengelola harus mampu memberikan pelayanan dengan segera dan tanpa penundaan. Sikap ini mencerminkan kecerdasan dan perhatian yang nyata dari pihak pengelola terhadap pelanggan, menunjukkan bahwa mereka siap dan mampu menanggapi permintaan atau masalah pengunjung dengan tepat waktu dan efektif.

Gambar 3 Suasana Guiding Museum



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025

Adapun nilai tertinggi pada harapan sebesar 4,34 pada dimensi petugas museum cepat dalam memberikan bantuan kepada pengunjung hal ini menjadikan harapan tinggi dibandingkan kinerja, serta untuk nilai tertinggi kinerja sebesar 3,32 pada dimensi yang sama oleh karena itu nilai tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa kinerja petugas museum belum memenuhi harapan pengunjung.

Selanjutnya mengenai empati yang mencakup kemampuan untuk menjalin hubungan yang mudah, menjaga komunikasi yang efektif, serta memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam. Secara sederhana, empati berarti memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan dengan cara memahami situasi mereka secara pribadi, seolah-olah kita berada di posisi mereka. Perusahaan diharapkan mampu menunjukkan pengertian yang mendalam tentang pelanggan, memahami kebutuhan mereka secara spesifik, dan menciptakan suasana yang nyaman serta waktu pelayanan yang sesuai agar

pelanggan merasa dihargai dan dipahami.

Gambar 4 Belajar Bersama



Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025

Adapun nilai tertinggi pada harapan mencapai 4,44 dalam dimensi Petugas museum mampu memahami perasaan dan kebutuhan pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pengunjung lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja. Sementara itu, nilai tertinggi untuk kinerja adalah 3,34 pada dimensi yang sama. Oleh karena itu, nilai tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa kinerja petugas museum belum memenuhi harapan mereka.

Dan yang terakhir mengenai Jaminan mencakup pengetahuan, keahlian, sikap sopan santun, serta kepercayaan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan. Selain itu, jaminan juga menyiratkan rasa aman dari bahaya, risiko, dan ketidakpastian. Secara garis besar, jaminan adalah bentuk perlindungan yang diberikan kepada pelanggan agar mereka merasa terlindungi dari potensi kerugian yang mungkin timbul. Empat faktor utama yang menjadi indikator dalam dimensi ini meliputi keramahan staf, kompetensi mereka, kredibilitas perusahaan, serta tingkat keamanan yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi.

Gambar 5 Pengarahan Pengunjung



Sumber Dokumentasi Peneliti 2025

Berdasarkan nilai tertinggi pada harapan mencapai 4,44 dalam dimensi petugas museum yang cepat dalam memberikan bantuan kepada pengunjung. Hal ini menunjukkan bahwa harapan pengunjung lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja. Sementara itu, nilai tertinggi untuk kinerja adalah 3,42 pada dimensi yang sama. Oleh karena itu, nilai tersebut menunjukkan bahwa pengunjung merasa kinerja petugas museum belum memenuhi harapan mereka

4. KESIMPULAN.

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap pelayanan di Museum PETA Bogor menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung berada dalam kategori “puas” dengan skor CSI mencapai 78,6% atau 0,786. Secara umum, pengunjung merasa bahwa layanan yang disediakan sudah sesuai dengan harapan mereka, terutama dalam hal kondisi fisik museum, kehandalan, responsivitas, perhatian terhadap pengunjung, dan jaminan dari petugas. Meski begitu, masih ada beberapa aspek yang menunjukkan adanya kekurangan, khususnya pada dimensi kecepatan tanggap dan empati, dimana kinerja petugas dinilai belum sepenuhnya memuaskan dan perlu ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA.

- Abdul Aziz, Z., Suprpto, H., Studi Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, F. (2020). Pengaruh Fasilitas Dan Pengalaman Pengunjung Terhadap Loyalitas Pengunjung Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung (Survey Pada Pengunjung Wisata Umbul Ponggok Klaten). In *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* (Vol. 17, Issue 2). <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/smo/article/view/32470>
- Hidayat, D. N., Tingkat, K. K., & Administrasi, B. (2024). *Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Administrasi Akademik Dan Kemahasiswaan Dengan Metode Customer Satisfaction Index*. 28(2), 1–6. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v28i2.0000>
- Isnaini, K. (2019). *Kualitas Layanan Museum House Of Sampoerna Kota Surabaya*.
- Marinu Waruwu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 7(2), 2896–2910. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Sadika, P. H., Neyland, J. S. C., & Sutrisno, A. (2023). Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (Csi). *Jurnal Tekno Mesin*, 9(2), 52–61. <https://doi.org/10.35793/jtmu.v9i2.48746>
- Sadjiono, I., Djulis, S., & Studi Ketatalaksanaan Dan Kepelabuhanan, P. (2018). Meteor Stip Marunda Jurnal Ilmiah Nasional Sekolah Tinggi Ilmu Pelayaran Jakarta Evaluasi Pelayanan Pengunjung Museum Transportasi Taman Mini Indonesia Indah Jakarta. In *Jakarta Jl. Marunda Makmur* (Vol. 11, Issue 1). <http://ejournal.stipjakarta.ac.id/index.php/meteor>
- Safarani, J. A. (2023). *Monumen Dan Museum Peta Sebagai Sarana Edukasi Sejarah Dalam Mempertahankan Identitas Bangsa*. 6(2), 231–240. <https://doi.org/10.17509/historia.v6i2.54584>
- Setiawan, A. S. (2024). Implementasi Customer Satisfaction Index Pada Paket Wisata Tourism Explore Camp (Studi Kasus: Kala Tour). In *Jurnal Sabbhata Yatra Jurnal Pariwisata Dan Budaya* (Vol. 5).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cv. Alfabeta
- Sulistiyowati, N. (2018). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Modul Penerimaan Negara Generasi Kedua (Mpn G2) Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi)*. 14(2), 163. www.unsika.ac.id

Syakuron, F. D., Prabowo, F. S. A., & Suyanto, A. M. A. (2022). Application Of Customer Satisfaction Index (Csi) And Importance Performance Analysis (Ipa) Methods On Service Quality Of Cipayung Puskesmas City, Depok. *E-Proceeding Of Management* , 9(2), 307.