

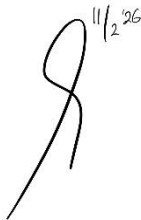
ANALISIS *CUSTOMER SATISFACTION* PRODUK *COMPUTER BASED TEST (CBT)* PIJAR TELKOM WITEL PADA SEKOLAH MENENGAH PERTAMA DI WILAYAH SLEMAN YOGYAKARTA

Fransiskus Totti Mehendrapaska

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Customer Satisfactin* produk *Computer based tes (CBT)* Telkom Witel pada siswa sekolah menengah pertama dengan menggunakan lima dimensi utama yaitu *Performance* (Kinerja), *Information* (Informasi), *Economy* (Ekonomi), *Control* (Pengendalian), *Efficiency* (Efisiensi) dan *Service* (Pelayanan) Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei melalui kuesioner kepada 33 responden yang merupakan pelanggan aktif dalam tiga tahun terakhir. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, dan perhitungan *arithmetic mean* berdasarkan skala Likert 1–5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator berada pada kategori setuju, dengan nilai rata-rata tertinggi pada indikator *Information* (Informasi) sebesar (3,55) dan terendah pada indikator *Control* (Pengendalian) senilai (2,88). Meskipun demikian, masih terdapat beberapa aspek kualitas produk yang perlu ditingkatkan, seperti tampilan luar, kecepatan pelayanan, serta untuk menjalin hubungan loyal kepada pelanggan agar tetap menggunakan produk Pijar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan secara keseluruhan masih cenderung negatif maka dari itu perlu peningkatan kualitas produk agar pelanggan merasa puas.

Kata Kunci: *Customer Satisfaction, CBT*



**CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS OF PIJAR TELKOM WITEL
COMPUTER-BASED TEST (CBT) PRODUCTS IN JUNIOR HIGH SCHOOLS
IN SLEMAN, YOGYAKARTA**

Fransiskus Totti Mehendrapaska

Abstract

This study aims to analyze customer satisfaction with Telkom Witel Computer-Based Test (CBT) products among junior high school students using five main dimensions: Performance, Information, Economy, Control, Efficiency, and Service. The research method is a descriptive, quantitative survey approach using a questionnaire to 33 active customers over the last 3 years. Data were analyzed using descriptive statistics, validity and reliability tests, and arithmetic mean calculations based on a Likert scale ranging from 1 to 5. The results demonstrated that all indicators fall into the agree category, with the highest average value on the Information indicator of (3.55) and the lowest on the Control indicator of (2.88). However, several aspects of product quality need improvement, such as external appearance and service speed, as well as the establishment of loyal customer relationships to encourage continued use of Pijar products. This study concludes that overall customer satisfaction remains negative; therefore, it is necessary to improve product quality to make customers satisfied.

Keywords: *Customer Satisfaction, CBT*