

LAPORAN TUGAS AKHIR
PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY*
(*SERVQUAL*)
(STUDI KASUS RESTO AWAN BENGI)

LAPORAN INI DISUSUN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MEMPEROLEH GELAR S1 PADA PRODI TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS
TEKNOLOGI INDUSTRI UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG



Disusun oleh:

DIKA NUR YUSUP

NIM 31601601268

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG

2023

FINAL PROJECT
MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION USING SERVICE QUALITY (SERVQUAL)) METHODS
(Case Study : Awan Bengi Resto)

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelo's degree (S1) at
Department of Industrial Engineering, Faculty of Industrial Tecnology,
Universitas Islam Sultan Agung*



DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECNOLOGY
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul “PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* (Studi Kasus : Resto Awan Bengi)” ini disusun oleh :

Nama : Dika Nur Yusup

NIM : 31601601268

Program Studi : Teknik Industri


Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :


Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II


Ir. Hj. Eli Mas'idah, M.T
NIDN. 06-1506-6601


Andre Sugiyono, ST., MM., Ph.D
NIDN. 06-0308-8001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Nuzulia Khoiriyah, ST., MT
NIK. 21-060-3029

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan Judul “PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* (Studi Kasus : Resto Awan Bengi)” ini telah dipertahankan di depan dosen penguji sidang

Tugas Akhir pada :


Hari :

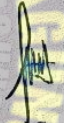
Tanggal :

TIM PENGUJI

Anggota I


Anggota II


Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng
NIDN. 06-2210-7401


Muhammad Sagaf, ST., MT
NIDN. 06-2303-7705

UNISSULA

جامعة بنوع الإسلامية
Ketua Penguji


Nuzulia Khoiriyah, ST., MT.
NIK. 21-060-3029

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dika Nur Yusup

NIM : 31601601368

Judul Tugas Akhir :PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE
SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

Dengan bahwa saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

UNISSULA

جامعة سلطان ابيجوي الإسلامية
Semarang,

Agustus 2023

Yang menyatakan



Dika Nur Yusup

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dika Nur Yusup

NIM : 31601601268

Program Studi : Teeknik Indusrti

Fakultas : Teknologi Industri

Alamat Asal : Ds. Natai Kondang 6/1 Kec. Permata Kecubung Kab. Sukamara
Kalimantan Tengah

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah Berupa Tugas Akhir dengan Judul :
PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)*

Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan
Hak bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dan
pangkalan data dan dipublikasikan diinternet dan media lain untuk kepentingan
akademi selama tetap menyantumpak nama penulis sebagai pemilik hak cipta.
Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabia di kemudian hari
terbukti adanya pelanggaran Hak Cipta/Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka
segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa
melibatkan Universitas Islam Sutan Agung.

Semarang, Agustutus 2023

Yang menyatakan


METERAI
TEMPEL
BA2AKX541365048
Dika Nur Yusup

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur selalu terpanjatkan pada Allah SWT,
Alhamdulillah atas semua pertolongan, petunjuk dan keajaibannya-Nya yang selalu ada di
setiap langkah ku. Setelah semua perjalanan panjang dan pada akhirnya telah usai
menyelesaikan apa yang menjadi tanggung jawab selama ini,

BAPAK WAJIMAN (ALM) dan IBU JUMIATI

Tidak akan pernah tergantikan oleh siapapun do'a, cinta dan kasih sayang dari bapak dan
ibu yang selalu mengiringi di setiap langkahku, semua pengorbanan dan perjuangan yang
beliau berikan kepada anak-anaknya yang tidak mengenal batas. Selalu memberikan
keyakinan pada anak-anaknya bahwa Allah SWT selalu punya rencana baik untuk anak-
anaknya, bersama keridhaan-Mu ya Rabb ku persembahkan untuk Bapak dan Ibu yang ter
sayang yang tak mengenal lelah mendoakan ku di setiap waktu sehingga terselesaikan
skripsi ini.



HALAMAN MOTTO

Niat yang baik dan kuat merupakan pendorong agar kita bisa meraih apa yang kita cita-citakan.

“Perbaiki Sholatmu Maka Akan Dipermudah Hidupmu”

(Pengasuh Pondok Pesantren Al-Hasyimiyyah)

“Apa tidak bisa kita bahagia di dunia dan sekaligus di akhirat? Apa tidak ada pengobatan yang menyenangkan sekaligus menyembuhkan? Apa benar ada yang harus dikorbankan untuk mengatasi masalah kita?”

(Dr. H. Fahrudin Faiz, S.Ag., M.Ag)

“Hargai waktu bersama keluarga, sahabat, dan orang tersayangmu. Karena, akan ada masa dimana hanya doa yang menjadi obat rindumu”

(dn. Yusuf)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat rahmat dan ridho- Nya saya dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* Studi Kasus Resto Awan Bengi.

Selama penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, banyak bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, saran, motivasi, dan doa Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Wajiman (alm), Ibu Jumiati dan Adik saya Yahya Lukman Hakim, terimakasih atas semua pengorbanan, dukungan dan do'a yang selalu mengiringi langkah saya yang menjadikan motivasi dalam menyelesaikan studi Sarjana Teknik.
3. Ibu Ir. Hj. Eli Mas'idah, MT. dan Bapak Andre Sugiyono, ST., MM, Ph. D. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan serta saran. Mohon maaf Bapak dan Ibu atas segala kesalahan dan keterbatasan saya.
4. Ibu Nuzulia Khoiriyah, ST., MT. selaku dosen penguji yang bersedia memberikan masukan berupa kritik dan sarannya.
5. Bapak dan Ibu Dosen Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung yang telah membimbing dan mengajar materi selama perkuliahan.
6. Terima kasih kepada teman-teman Apartemen Amin dandi ismanto, alif ahbahid, drg. Baihaqi rahmatika, akhlis abadi, khairul umam, dan masih banyak lagi yang tak tersebut namanya telah memberikan semangat dan saran Semoga tali persaudaraan ini tak akan lekang oleh waktu. Semoga kita semua dapat kumpul-kumpul lagi dalam: kesuksesan bersama Aamiin.

7. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

Akhir kata saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekurangannya, untuk itu kritik dan saran saya harapkan dari pembaca. Semoga laporan ini bermanfaat, sehingga dapat dipergunakan oleh semua pihak yang membutuhkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, Agustus 2023

Dika Nur Yusup



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (INDONESIA)	I
HALAMAN JUDUL (ENGLISH)	II
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	IV
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	V
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	VI
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
HALAMAN MOTTO	VIII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR GAMBAR	XIV
DAFTAR TABEL	XV
DAFTAR LAMPIRAN	XVI
ABSTRAK	XVII
ABTRACT	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Kualitas Pelayanan	20
2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan	22
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	24

2.2.4	Perspektif Kualitas Jasa	25
2.2.5	Metode <i>Service Quality (Servqual)</i>	26
2.3	Hipotesis dan Kerangka Teoritis	28
2.3.1	Hipotesis	28
2.3.2	Kerangka Teoritis	29
BAB III	METODE PENELITIAN	31
3.1	Objek Penelitian	31
3.2	Pengumpulan Data	31
3.3	Penentuan Jumlah Sampel	32
3.4	Penyusunan Kuesioner	33
3.5	Teknik Pengujian Data	33
3.5.1	Uji Validitas	33
3.5.2	Uji Reliabilitas	34
3.6	Metode Analisis	35
3.6.1	Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	35
3.7	Teknik Pengolahan Data	36
3.8	Diagram Alir Penelitian	36
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Pengumpulan Data	38
4.2	Data Umum Perusahaan	38
4.2.1	Visi dan Misi Perusahaan	38
4.2.2	Fasilitas dan Menu	39
4.2.3	Penyusunan Kuesioner	42
4.3	Pengolahan Data	44
4.3.1	Pengujian Data	44
4.3.2	Pengolahan Data <i>Servqual</i>	47
4.3.3	Perioritas Perbaikan	50
4.3.4	Rekomendasi Perbaikan	51
4.4	Analisa dan Interpretasi Hasil	51
4.4.1	Analisa Pengujian Data	51
4.4.2	Analisa <i>Service Quality</i>	53

4.5 Pembuktian Hipotesa	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Kepuasan konsumen di Resto Awan Bengi.....	3
Gambar 2. 1 Konseptual Service Quality.....	27
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis.....	30
Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian	37
Gambar 4. 1 fasilitas Paket Resto Awan Bengi.....	39
Gambar 4. 2 Menu Fave Platter	40
Gambar 4. 3 Menu <i>Dessert</i>	40
Gambar 4. 4 Menu Sop Iga Rempah.....	40
Gambar 4. 5 Menu Nasi Goreng Iga	41
Gambar 4. 6 Menu <i>Rib Eye Meltique</i>	41
Gambar 4. 7 Menu <i>Tea & Basic Milk</i>	41
Gambar 4. 8 Menu <i>Fresh & Blend</i>	42
Gambar 4. 9 Creme Brulee Cofffe.....	42
Gambar 4. 10 Nilai Rata-rata Kesenjangan Tiap Dimensi.....	50



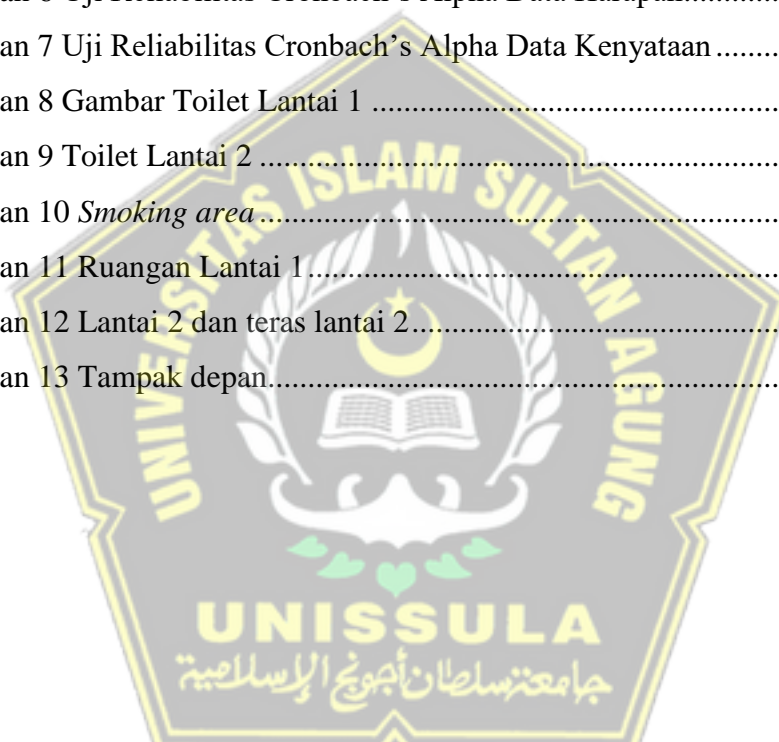
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Kepuasan konsumen di Resto Awan Bengi.....	2
Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka	12
Tabel 2. 2 Interval Pengukuran Selisih GAP	28
Tabel 4. 1 Variabel Penelitian Tangible.....	43
Tabel 4. 2 Variabel Penelitian Reliability	43
Tabel 4. 3 Variabel Penelitian Responsiveness.....	43
Tabel 4. 4 Variabel Penelitian Assurance	44
Tabel 4. 5 Variabel Penelitian Emphaty	44
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Menggunakan SPSS.....	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tingkat Kenyataan Menggunakan SPSS	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan Menggunakan SPSS	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kenyataan Menggunakan SPSS.....	47
Tabel 4. 10 Perhitungan Gap Servqual	48
Tabel 4. 11 Nilai Rata-rata Tiap Gap Dimensi Servqual	49
Tabel 4. 12 Atribul Perioritas Perbaikan.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Kualitas Pelayanan Resto Awan Bengi.....	65
Lampiran 2 Data Rekapitulasi Hasil Kuesioner Tingkat Harapan.....	71
Lampiran 3 Data Rekapitulasi Hasil Kuesioner Tingkat Kenyataan	74
Lampiran 4 Uji Validitas Tingkat Harapan.....	77
Lampiran 5 Uji Validitas Tingkat Kenyataan	84
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Data Harapan.....	91
Lampiran 7 Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha Data Kenyataan	92
Lampiran 8 Gambar Toilet Lantai 1	93
Lampiran 9 Toilet Lantai 2	93
Lampiran 10 <i>Smoking area</i>	94
Lampiran 11 Ruangan Lantai 1.....	94
Lampiran 12 Lantai 2 dan teras lantai 2.....	95
Lampiran 13 Tampak depan.....	99



ABSTRAK

Abstrak- Dalam penelitian ini, telah dilakukan survei pendahuluan terhadap 50 responden yang merupakan konsumen Resto Awan Bengi untuk menggali pandangan mereka terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Hasil dari survei menunjukkan bahwa terdapat gap yang signifikan antara harapan konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi. Sehingga masih terdapat pelanggan yang belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi kualitas pelayanan yang diberikan pihak RESTO AWAN BENGI apakah sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Pada penelitian ini metode yang diterapkan adalah *Service Quality (SERVQUAL)* untuk menentukan nilai GAP antara harapan konsumen tentang pelayanan yang diterima dengan kenyataan dari kualitas pelayanan yang diberikan resto awan bengi. Hasil dari penelitian ini Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*). Dengan begitu dapat disimpulkan berdasarkan pendapat Parasuraman (1990) dalam tabel interval pengukuran selisih gap terdapat 20 atribut yang masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya. Dengan nilai rata-rata kesenjangan keseluruhan sebesar -0.583 nilai tersebut berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya. 4 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu Q1 (Kondisi fasilitas pendukung yang bersih dan mumpuni) ,Q2 yaitu ketersediaan fasilitas pendukung (AC,Wifi dan musik audio) yang memadai, Q19 yaitu tempat parkir yang aman, serta Q24 yaitu perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan pelanggan. Dimana 4 atribut tersebut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya sehingga perlu dilakukan perbaikan agar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan meningkat.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, *Servqual*.



UNISSULA
جامعة سلطان أبجوج الإسلامية

ABTRACT

Abstract- In this study, a preliminary survey was conducted on 50 respondents who are consumers of Awan Bengi Resto to explore their views on the quality of service that has been provided. The results of the survey show that there is a significant gap between consumer expectations and the quality of service provided by Resto Awan Bengi. So that there are still customers who are not satisfied with the quality of service provided by Resto Awan Bengi. The purpose of this study is to identify the quality of service provided by AWAN BENGI RESTO, whether it is in accordance with what consumers want. In this study the method applied is Service Quality (SERVQUAL) to determine the value of the GAP between consumer expectations about the service received and the reality of the quality of service provided by Awan Bengi restaurant. The results of this study are calculated using the gap formula (gap) to obtain the gap value of 24 attributes from 5 dimensions of service quality (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy). In this way it can be concluded based on the opinion of Parasuraman (1990) in table In the gap difference measurement interval, there are 20 attributes that fall into the category of medium or quite good service quality and 4 attributes fall into the low category or not good quality of service. With an average value of the overall gap of -0.583, this value is based on the gap difference measurement interval table. category of Moderate or Fairly Good quality of service, 4 attributes that become priority improvements, namely Q1 (Condition of clean and qualified supporting facilities), Q2, namely the availability of adequate supporting facilities (AC, Wifi and audio music), Q19, namely a safe parking area, and Q24, namely attention to criticism and suggestions given by customers. Where these 4 attributes fall into the low or poor category of service quality, so it is necessary to make improvements so that service quality and customer satisfaction increase.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Servqual.



UNISSULA
جامعة سلطان أبوبوع الإسلامية

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat perkotaan dari golongan kelas menengah ke atas menunjukkan aspirasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan mereka yang berasal dari kelas menengah ke bawah. Hal ini tercermin melalui perubahan gaya hidup yang mereka adopsi. Kebutuhan akan produk kuliner dan jasa menjadi semakin beragam. Resto dan kafe cepat saji kini semakin banyak digemari karena kemudahan dan kecepatan pelayanan dalam proses pemesanan makanan tersebut. Namun, keinginan masyarakat tidak hanya terkait dengan dua hal tersebut. Tetapi masih banyak hal lain seperti, desain ruangan yang elegan dan nyaman. Salah satu bentuk usaha dalam industri kuliner yang cocok dengan ciri-ciri tersebut ialah restoran dan kafe..

Resto dan kafe merupakan suatu tempat atau bangunan yang ditata secara komersial sebagai tempat penyedia jasa pelayanan berupa makanan atau minuman. Restoran dan kafe yang ada saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan dan minuman yang diminati konsumen melainkan juga menawarkan desain ruangan dengan suasana yang nyaman dan menyenangkan untuk bersantai bersama keluarga, sahabat, saudara dan koneksi bisnis. Beberapa faktor tersebut yang membuat usaha jasa makanan semakin berkembang pesat. Kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang sangat penting dalam memasarkan produk sehingga dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Restoran dan cafe dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik mulai dari awal proses pemesanan hingga penyajian.

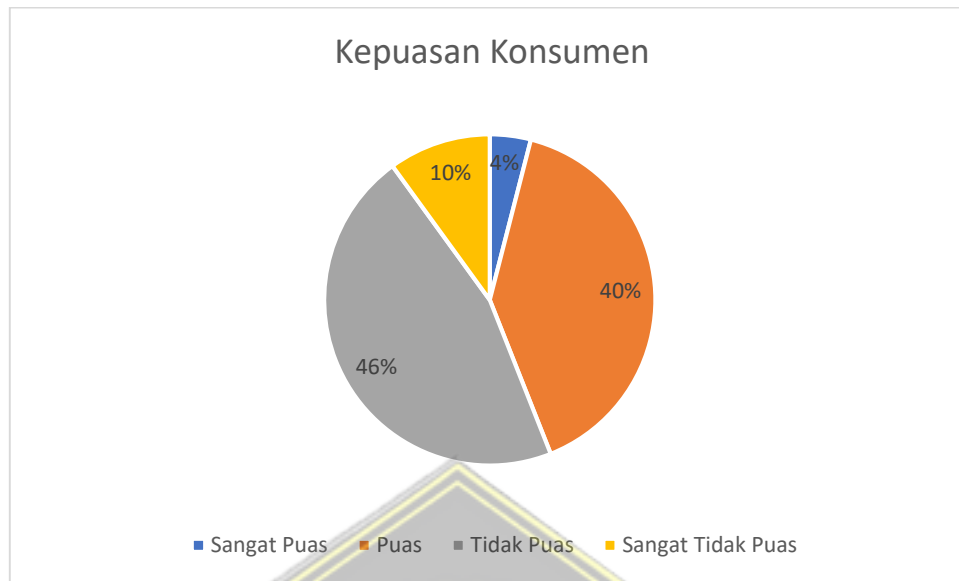
Resto Awan Bengi adalah salah satu cafe dan restoran di kota Semarang lebih tepatnya di kecamatan Banyumanik yang menyajikan beragam fasilitas untuk menarik hati para konsumen. Resto Awan Bengi menyajikan banyak menu yang diminati oleh konsumen baik dari sektor minuman atau makanan. Resto Awan Bengi mematok harga terjangkau sesuai dengan uang saku mahasiswa sehingga dapat dinikmati semua kalangan khususnya untuk anak muda masa kini. Pihak Resto Awan Bengi sendiri belum pernah melakukan

survei atau perbandingan dengan cafe lain yang ada di kota Semarang mengenai respon konsumen terhadap pelayanan yang ditawarkan di Resto Awan Bengi. Respon yang dimaksud adalah kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan tingkat kepuasan konsumen Resto Awan Bengi. Jika tidak sesuai, maka perbaikan diperlukan karena kualitas baik atau buruk tergantung pada kualitas layanan yang diberikan. sehingga kualitas layanan perlu dikembangkan dan ditingkatkan.

Resto Awan Bengi adalah salah satu restoran dan kafe yang berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna memuaskan konsumen, terutama karena persaingan yang semakin ketat di industri makanan dan minuman di Semarang. Kehadiran banyak restoran dan kafe lain di kota ini membuat Resto Awan Bengi harus terus berupaya untuk menjaga kualitasnya dan mempertahankan loyalitas konsumen yang memilihnya sebagai tempat bersantai saat berada di Semarang. Sebab persaingan yang tinggi di sektor ini memberikan banyak alternatif kepada konsumen untuk memilih restoran dan kafe lain sebagai pengganti, oleh karena itu, diperlukan tindakan yang berkelanjutan untuk meningkatkan dan mempertahankan standar pelayanan yang tinggi di Resto Awan Bengi. Upaya ini bertujuan untuk menciptakan kesan positif yang kuat terhadap Resto Awan Bengi di mata konsumen.

Tabel 1. 1 Data Kepuasan konsumen di Resto Awan Bengi

Skala	Skor	KATEGORI	FREKUENSI	%
4	81.25% - 100%	Sangat Puas	2	4%
3	62.5% - 81.25%	Puas	20	40%
2	43.75% - 62.5%	Tidak Puas	23	46%
1	25% - 43.75%	Sangat Tidak Puas	5	10%
Jumlah			50	100%



Gambar 1. 1 Data Kepuasan konsumen di Resto Awan Bengi

Dalam penelitian ini, kami telah melakukan survei pendahuluan terhadap 50 responden yang merupakan konsumen Resto Awan Bengi untuk menggali pandangan mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran. Hasil dari survei ini menunjukkan adanya konsumen yang belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Resto Awan Bengi. Sebanyak 46% dari responden menyatakan bahwa mereka tidak puas, sementara 10% merasa sangat tidak puas. Total persentase konsumen yang belum puas mencapai 56%, yang jauh lebih tinggi daripada mereka yang merasa puas, yakni hanya 4% menyatakan sangat puas dan 40% puas.

Berdasarkan hasil survey pendahuluan di atas menunjukkan bahwa terdapat gap yang signifikan antara harapan konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi. Sehingga masih terdapat pelanggan yang belum puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi. Dalam konteks penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami alasan di balik ketidakpuasan konsumen serta memberikan rekomendasi perbaikan yang dapat membantu Resto Awan Bengi meningkatkan kualitas pelayanannya. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan panduan kepada pihak Resto Awan Bengi dalam mengidentifikasi atribut-atribut yang memerlukan perhatian lebih lanjut guna meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan pemahaman yang lebih

mendalam tentang masalah yang dihadapi oleh restoran ini, diharapkan mereka dapat mengambil langkah-langkah yang sesuai untuk memenuhi harapan konsumen dan menjaga daya saingnya dalam industri kuliner.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan yang diberikan Resto Awan Bengi sudah memuaskan pelanggan?
2. Atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan di Resto Awan Bengi agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan meningkat?
3. Apa rekomendasi perbaikan yang harus dilakukan pihak resto awan bengi agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan meningkat?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar tujuan awal penelitian tidak menyimpang maka dilakukan pembatasan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. penelitian dilakukan di Resto Awan Bengi yang terletak di Jl. Jati Raya No. K1, Pedalangan, Kec. Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah 50268.
2. penelitian hanya terbatas pada pengukuran kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Resto Awan Bengi menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)*.
3. Kuesioner dibagikan kepada konsumen Resto Awan Bengi.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan, maka penelitian ini bertujuan

1. Mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan Resto Awan Bengi sudah memuaskan konsumen.
2. Mengetahui atribut apa saja yang perlu dilakukan perbaikan di Resto Awan Bengi agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan meningkat.

3. Mengetahui rekomendasi perbaikan yang harus dilakukan pihak resto awan bengi agar kualitas pelayanan terhadap pelanggan meningkat.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Resto Awan Bengi, hasil dari penelitian ini bisa dijadikan *input* dan pertimbangan untuk melakukan analisis ulang terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Fokusnya adalah meningkatkan kualitas pelayanan agar mencapai kepuasan maksimal bagi konsumen, sehingga dampak positifnya bisa dirasakan oleh perusahaan secara finansial maupun loyalitas konsumen.
2. Bagi para peneliti, diharapkan bahwa hasil penelitian ini bisa menjadi referensi dan kontribusi penting dalam meningkatkan pemahaman di antara peneliti berikutnya yang tertarik dalam topik *Service Quality (SERVQUAL)* dalam konteks perbaikan kualitas layanan dalam sektor jasa.

1.6 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini terdiri dari beberapa bagian, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup informasi mengenai latar belakang penelitian, perumusan permasalahan, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta tata cara penyusunan laporan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan diuraikan teori-teori yang diperlukan untuk memecahkan masalah serta berbagai referensi yang dijadikan landasan penelitian ini dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

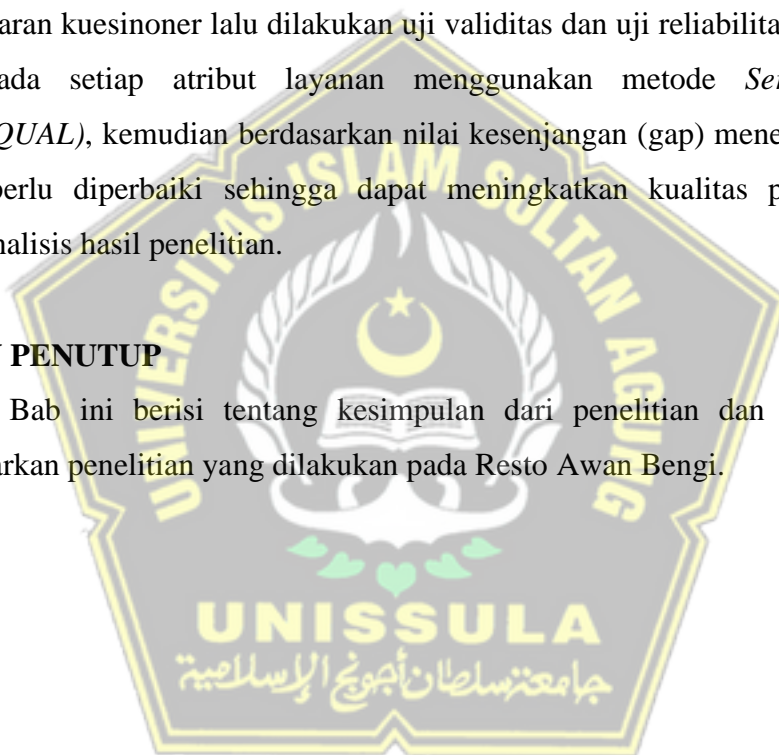
Bab ini berisikan tentang urutan langkah-langkah dan metode-metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, metode pengumpulan data, uji keabsahan data dan pengolahan data yang dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian beserta pengolahan data penelitian tugas akhir berupa data mentah dari hasil penyebaran kuesioner lalu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, menghitung gap pada setiap atribut layanan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)*, kemudian berdasarkan nilai kesenjangan (gap) menentukan atribut yang perlu diperbaiki sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan menganalisis hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran penulis berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Resto Awan Bengi.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai analisa kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Septi Caesari Rosa Utami dan Hendrati Dwi Mulyaningsih, SE,. MM, dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada *Giggle Box Café & Resto Bandung*)”, Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, berdasarkan persepsi konsumen, dinilai sangat baik dengan tingkat persetujuan sebesar 87,14%. Sementara itu, harapan konsumen juga dianggap sangat penting dengan persentase sebesar 92,04%. Namun, analisis penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen hanya mencapai 0,83, yang mengindikasikan ketidakpuasan. Berdasarkan Importance-Performance Analysis (IPA), empat aspek pelayanan harus ditingkatkan oleh manajemen perusahaan, yaitu kemampuan berkomunikasi dengan konsumen, pemahaman terhadap keinginan konsumen, keterampilan dalam memberikan pelayanan, kesiapan dalam melayani konsumen, serta responsivitas terhadap permintaan tamu (Utami and Mulyaningsih, 2015)

Selain itu penelitian analisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dilakukan oleh Setyo Wibowo dan Nur Mufihah dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan metode Servqual di Sanjaya Fitnes Jombang”, Tujuan penelitian ini mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Sanjaya Fitnes Sedangkan Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap pengujian melibatkan minimal 44 responden. Dalam uji validitas, nilai yang melebihi 0,278 dianggap valid. Uji reliabilitas mengharapakan nilai lebih dari 0,6 untuk dianggap reliabel. Selanjutnya, uji *SERVQUAL* menghasilkan kesenjangan nilai untuk setiap dimensi serta rata-rata nilai dari seluruh dimensi. Oleh karena itu, dimensi tangible memiliki nilai negatif terbesar, yaitu -0,12. Selain itu, nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan

konsumen di Sanjaya Fitness mencapai nilai ≥ 1 , yang menandakan bahwa konsumen Sanjaya Fitness sudah dapat dianggap puas dengan pelayanan yang diberikan (Wibowo and Muflihah, 2022)

Penelitian pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang dilakukan oleh Edwin Gunawan, Gabriel Oktavianus Sebastian, dan Agung Harianto dengan judul penelitian “ Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Virtual Hotel Operator* di Surabaya. Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara kolektif, dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menginap di *Virtual Hotel Operator* di Surabaya (Gunawan, Sebastian and Harianto, 2019)

Selain itu, ada juga penelitian perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Heru Winarno dan Tb. Absor dengan judul penelitian “Analisa Kualitas Pelayann Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Pada PT. Media Purna Engineering”, tujuan dari penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan mitra perusahaan PT. Media Purna Engineering khususnya PT. Krakatau Steel (Persero) atas pelayanan yan telah di berikan. Adapun hasil dari Berdasarkan pendekatan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*, penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang disajikan oleh PT. Media Purna Engineering cenderung memuaskan. Meskipun demikian, dari total 25 atribut pelayanan yang dinilai, terdapat 1 atribut yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan, yakni atribut ke-15 yang berkaitan dengan respons kecepatan dalam memberikan solusi (Winarno and Absor, 2018).

Penelitian dengan metode identifikasi kekuatan dan kelemahan kualitas pelayanan (*SERVQUAL*) juga dilakukan oleh Deny Wibisono dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks *Importance Performance Analysis* di Sekolah XYZ”, penelitian ini bertujuan untuk membantu pihak sekolah untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanan serta

meningkatkan atribut pelayanan yang lemah. Dengan hasil penelitian berdasarkan metode *Service Quality (Servqual)* dan matriks *Importance Performance Analysis (MatriksIPA)* yaitu hasil perhitungan skor *Servqual* terdapat 11 nilai gap score negatif pada atribut-atribut pelayanan (5, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 22, 30, dan 32) akan mendapatkan perhatian dan perbaikan lebih lanjut, sedangkan hasil perbandingan antara tingkat keperntingan dan tingkat kinerja kualitas atribut secara keseluruhan kinerja kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik yaitu berada pada rentang nilai lebih dari 81% (Wibisono, 2019).

Selain itu penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga dilakukan oleh Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahma Andayani dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Terhadap Kepuasan Konsumen PT. SUCOFINDO BATAM” , tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Sampel berjumlah 80 responden yang didapatkan dari perhitungan slovin. Sedangkan hasil dari penelitian ini berdasarkan metode analisi deskriptif dan regresi linear berganda menggunakan SPSS 20 menunjukkan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen (Lubis and Andayani, 2018)

Selain itu penelitian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang juga dilakukan oleh Adam Kukuh Baskoro dengan judul penelitian “ Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Quality Function Deployment (QFD)*”. Dengan tujuan mengetahui perbedaan antara persepsi dan harapan konsumen terkait aspek-aspek kualitas pelayanan, mengidentifikasi elemen-elemen kualitas layanan yang masuk dalam kategori priotitas, serta memberikan rekomendasi guna meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang disediakan oleh dealer kendaraan bermotor ini secara keseluruhan sudah cukup baik. Dari total 37 variabel kualitas pelayanan yang diteliti, terdapat 8 variabel yang perlu ditingkatkan lebih lanjut (Baskoro, Marlyana and Bernadhi, 2022)

Selanjutnya penelitian kualitas pelayanan yang dilakukan Nuzulia Khoiriyah, Novi Marlyana dan Safira Dian P dengan judul penelitian “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Inap Dengan Metode *SERVQUAL* dan *TRIZ* di RSUD KETILENG SEMARANG” . Dengan tujuan penelitian mengetahui atribut pelayanan yang memiliki dampak terhadap kualitas pelayanan pada IRNA kelas III RSUD Ketileng dan memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanannya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari analisis *SERVQUAL*, terdapat 6 variabel yang memiliki nilai negatif. Namun, setelah diterapkan pendekatan *TRIZ*, berhasil diidentifikasi 3 solusi untuk meningkatkan kualitas layanan. Tiga usulan tersebut adalah sebagai berikut: Pertama, merencanakan penambahan tempat duduk di area ruang tunggu IRNA kelas III, meningkatkan fasilitas ruang perawatan untuk pasien kelas III, dan menambah jumlah pegawai di bagian farmasi, pembayaran, dan keperawatan. Usulan kedua adalah mempermudah prosedur layanan bagi pasien IRNA kelas III melalui penyempurnaan penerapan SOP oleh staf medis dan pendukung. Usulan ketiga adalah memasang alat pendingin di ruang tunggu (Khoiriyah, Marlyana and Dian, 2013)

Selanjutnya penelitian analisa biaya kualitas yang dilakukan oleh Irwan Sukendar, Andre Sugiyono dan Fauyan Supardi dengan judul penelitian “Analisa Biaya Kualitas Menggunakan Metode *Activity Based Costing (ABC)* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)” tujuannya ialah melakukan perhitungan biaya kualitas yang sebelumnya belum pernah dihitung, dan juga mengetahui jenis-jenis biaya yang timbul dalam usaha meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan pendapatan penjualan. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa metode *Activity Based Costing (ABC)* digunakan untuk menganalisis data. Dalam jangka waktu 6 bulan, biaya kualitas yang dihitung mencapai Rp 22.971.234,44. Biaya pencegahan paling minimum tercatat pada bulan Juli dan Agustus, mencapai Rp 2.090.694,32, dengan presentase rasio sebesar 32,26%. Sementara itu, biaya pencegahan paling signifikan terjadi pada bulan Juni, yaitu Rp 1.304.233,96, dengan rasio sebesar 38,82%. Pada biaya penilaian, angka terendah tercatat pada bulan Juli dan Agustus, yakni sebesar Rp 1.072.245,97, dengan presentase 15,55%.

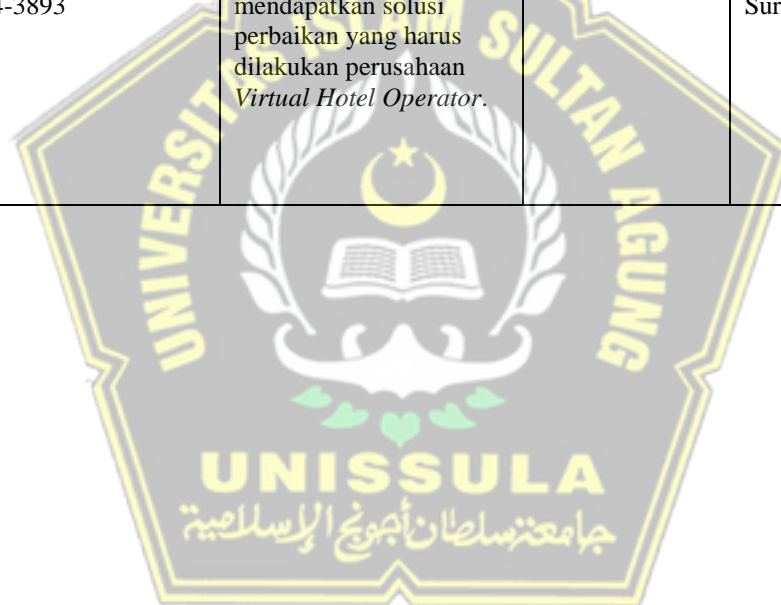
Sedangkan biaya penilaian tertinggi muncul pada bulan Maret sebesar Rp 1.040.000,00, April sebesar Rp 1.000.000,00, dan Mei sebesar Rp 920.000,00, dengan rasio 16,67%.Sementara itu, biaya kegagalan yang paling rendah terlihat pada bulan Agustus, sejumlah Rp 952.500,00, dengan rasio 14,70%. Sedangkan biaya kegagalan paling tinggi mencuat pada bulan Mei, mencapai Rp 1.290.000,00, dengan presentase 23,37%(Sukendar, Sugiyono and Supardi, 2020)



Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka

No	Penulis	Judul	Sumber	Tujuan	Metode	Hasil
1	Septi Caesari Utami, dan Hendrati Dwi Mulyaningsih, SE., MM	Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan (Studi Pada Giggle Box Café & Resto Bandung)	e-Proceeding of Managemen : Vol.2, No.3 Desember 2015	mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Giggle Box Café & Resto Bandung serta untuk mengetahui faktor apa saja yang perlu diperbaiki oleh Giggle Box Café & Resto Bandung.	<i>Servqual</i> , Indeks Kepuasan & <i>Importance Performance Analysis</i>	Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, berdasarkan persepsi konsumen, dinilai sangat baik dengan tingkat persetujuan sebesar 87,14%. Sementara itu, harapan konsumen juga dianggap sangat penting dengan persentase sebesar 92,04%. Namun, analisis penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen hanya mencapai 0,83, yang mengindikasikan ketidakpuasan. Berdasarkan <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> , empat aspek pelayanan harus ditingkatkan oleh manajemen perusahaan, yaitu kemampuan berkomunikasi dengan konsumen, pemahaman terhadap keinginan konsumen, keterampilan dalam memberikan pelayanan, kesiapan dalam melayani konsumen, serta responsivitas terhadap permintaan tamu.
2	Setyo Wibowo dan Nur Muflihah	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan metode <i>Servqual</i> di Sanjaya Fitnes Jombang	E-ISSN:2808-6740 VOL.1 NO.2 Februari 2022	Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan pihak Sanjaya Fitnes Jombang.	<i>Servqual</i> dan <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap pengujian melibatkan minimal 44 responden. Dalam uji validitas, nilai yang melebihi 0,278 dianggap valid. Uji reliabilitas mengharapakan nilai lebih dari 0,6 untuk dianggap reliabel. Selanjutnya, uji <i>SERVQUAL</i> menghasilkan kesenjangan nilai untuk setiap dimensi serta rata-rata nilai dari seluruh dimensi. Oleh karena itu, dimensi tangible memiliki nilai negatif terbesar, yaitu -0,12. Selain itu, nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sanjaya Fitness mencapai nilai ≥ 1 , yang menandakan bahwa konsumen Sanjaya Fitness

						sudah dapat dianggap puas dengan pelayanan yang diberikan
3	Edwin Gunawan, Gabriel Oktavianus Sebastian, dan Agung Harianto	Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menginap di Empat Virtual Hotel Operator di Surabaya	Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation --- Volume 2, No. 2, October 2019 eISSN: 2654-4687 ----- pISSN: 2654-3893	Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada <i>virtual hotel operator</i> di Surabaya untuk mendapatkan solusi perbaikan yang harus dilakukan perusahaan <i>Virtual Hotel Operator</i> .	<i>Servqual</i>	Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa secara kolektif, dimensi <i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy</i> berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang menginap di <i>Virtual Hotel Operator</i> di Surabaya



4	Heru Winarno dan Tb. Absor	Analisa Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> di PT. Media Purna Engineering	JURNAL MANAJEMEN INDUSTRI DAN LOGISTIK VOL. 1 NO.2 NOVEMBER 2018	mengukur tingkat kepuasan mitra perusahaan PT. Media Purna Engineering khususnya PT. Krakatau Steel (Persero) atas pelayanan yang telah diberikan.	<i>Service Quality (SERVQUAL)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Adapun hasil dari Berdasarkan pendekatan metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang disajikan oleh PT. Media Purna Engineering cenderung memuaskan. Meskipun demikian, dari total 25 atribut pelayanan yang dinilai, terdapat 1 atribut yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan, yakni atribut ke-15 yang berkaitan dengan respons kecepatan dalam memberikan solusi
5	Deny Wibisono	Analysis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> di	Jurnal Optimasi Teknik Industri (2019) Vol. 1 No. 2, 14-20	penelitian ini bertujuan untuk membantu pihak sekolah untuk melakukan evaluasi kualitas pelayanan serta meningkatkan atribut pelayanan yang lemah.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Dengan hasil penelitian berdasarkan metode <i>Service Quality (Servqual)</i> dan matriks <i>Importance Performance Analysis (MatriksIPA)</i> yaitu hasil perhitungan skor <i>Servqual</i> terdapat 11 nilai gap score negatif pada atribut-atribut pelayanan (5, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 22, 30, dan 32) akan mendapatkan perhatian dan perbaikan lebih lanjut, sedangkan hasil perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut secara

		Sekolah XYZ				keseluruhan kinerja kualitas pelayanan berada pada kategori sangat baik yaitu berada pada rentang nilai lebih dari 81%
6	Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahma Andayani	Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen PT. SUCOFIND A BATAM	Journal of Business Administration Vol 1, No 2, September 2017, hlm 232-243	tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial	<i>Service Quality (SERVQUAL)</i>	Sedangkan hasil dari penelitian ini berdasarkan metode analisi deskriptif dan regresi linear berganda menggunakan SPSS 20 menunjukkan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen
7	Adam Kukuh Baskoro, Novy Marlyana dan Brav Deva Bernadhi	Jurnal Teknik Industri (JURTI) Vol.1,No.1 bulan juni tahun 2022,pp. 14-23 ISSN: 2089-7561	Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode SERVQUAL dan Quality Function Deployment (QFD)	Dengan tujuan mengetahui perbedaan antara persepsi dan harapan konsumen terkait aspek-aspek kualitas pelayanan, mengidentifikasi elemen-elemen kualitas layanan yang masuk dalam kategori prioritas, serta memberikan rekomendasi guna meningkatkan kualitas pelayanan	<i>Service Quality dan Quality Function Deployment</i>	Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang disediakan oleh dealer kendaraan bermotor ini secara keseluruhan sudah cukup baik. Dari total 37 variabel kualitas pelayanan yang diteliti, terdapat 8 variabel yang perlu ditingkatkan lebih lanjut
8	Nuzulia Khoiriyah, Novi Marlyana dan Safira Dian P	Jurusan Teknik Mesin dan Industri FT UGM ISBNN 978-	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Inap Dengan Metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>TRIZ</i>	tujuan penelitian mengetahui atribut pelayanan yang memiliki dampak terhadap kualitas pelayanan pada IRNA kelas III RSUD Ketileng	<i>Service Quality dan TRIZ</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari analisis <i>SERVQUAL</i> , terdapat 6 variabel yang memiliki nilai negatif. Namun, setelah diterapkan pendekatan <i>TRIZ</i> , berhasil diidentifikasi 3 solusi untuk meningkatkan kualitas layanan. Tiga usulan tersebut adalah

		979-97986-8-8	di RSUD KETILENG SEMARANG	dan memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanannya		sebagai berikut: Pertama, merencanakan penambahan tempat duduk di area ruang tunggu IRNA kelas III, meningkatkan fasilitas ruang perawatan untuk pasien kelas III, dan menambah jumlah pegawai di bagian farmasi, pembayaran, dan keperawatan. Usulan kedua adalah mempermudah prosedur layanan bagi pasien IRNA kelas III melalui penyempurnaan penerapan SOP oleh staf medis dan pendukung. Usulan ketiga adalah memasang alat pendingin di ruang tunggu
9	Irwan Sukendar, Andre Sugiyono dan Fauyan Supardi	Applied Industrial Engineering Journal Vol .04,. NO. 01, Juni 2020, pp. 20-28	Analisa Biaya Kualitas Menggunakan Metode <i>Activity Based Costing (ABC)</i> Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)”)”tujuannya ialah melakukan perhitungan biaya kualitas yang sebelumnya belum pernah dihitung, dan juga mengetahui jenis-jenis biaya yang timbul dalam usaha meningkatkan kualitas produk dan mengoptimalkan pendapatan penjualan	<i>Active Based Costing (ABC)</i>	Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa metode <i>Activity Based Costing (ABC)</i> digunakan untuk menganalisis data. Dalam jangka waktu 6 bulan, biaya kualitas yang terhitung mencapai Rp 22.971.234,44. Biaya pencegahan paling minimum tercatat pada bulan Juli dan Agustus, mencapai Rp 2.090.694,32, dengan presentase rasio sebesar 32,26%. Sementara itu, biaya pencegahan paling signifikan terjadi pada bulan Juni, yaitu Rp 1.304.233,96, dengan rasio sebesar 38,82%. Pada biaya penilaian, angka terendah tercatat pada bulan Juli dan Agustus, yakni sebesar Rp 1.072.245,97, dengan presentase 15,55%. Sedangkan biaya penilaian tertinggi muncul pada bulan Maret sebesar Rp 1.040.000,00, April sebesar Rp 1.000.000,00, dan Mei sebesar Rp 920.000,00, dengan rasio 16,67%. Sementara itu, biaya kegagalan yang paling rendah terlihat pada bulan Agustus, sejumlah Rp 952.500,00, dengan rasio 14,70%. Sedangkan biaya kegagalan paling tinggi

						mencuat pada bulan Mei, mencapai Rp 1.290.000,00, dengan presentase 23,37%.
--	--	--	--	--	--	---



Metode Quality Function Deployment (QFD) adalah metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi kelebihan dan kekurangan secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Proses QFD dimulai dari mendengar suara konsumen dan kemudian berlanjut melalui aktifitas utama yaitu :

1. Perencanaan Produk (*product planning*)
2. Desain produk (*product design*)
3. Perencanaan proses (*process planing*)
4. Perencanaan pengendalian proses (*process planning control*)

Manfaat utama apabila perusahaan menggunakan QFD, yaitu untuk mengurangi biaya, meningkatkan pendapatan, dan pengurangan waktu produksi (Azhari, SW and Irianti, 2015).

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan (Syukri, 2014).

Pada penelitian ini pemilihan metode analisis SERVQUAL dibandingkan metode CSI (Customer Satisfaction Index) dan QFD (Quality Function Deployment) didasarkan pada beberapa hal berikut ini:

1. Kesesuaian dengan Riset: Metode SERVQUAL sangat sesuai untuk mengukur kualitas pelayanan dalam industri layanan seperti restoran. Metode ini telah terbukti efektif dalam mengidentifikasi persepsi pelanggan terhadap berbagai aspek pelayanan, sehingga sesuai dengan lingkungan penelitian saya.

2. Fokus pada Pelanggan: SERVQUAL memfokuskan pada persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, yang merupakan faktor kunci dalam kepuasan pelanggan. Ini akan membantu saya memahami pandangan pelanggan tentang restoran "Awan Bengi."
3. Validitas dan Reliabilitas: SERVQUAL telah digunakan secara luas dalam penelitian kualitas pelayanan dan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Ini akan memastikan bahwa hasil penelitian saya memiliki dasar yang kuat.
4. Komprehensif: Metode SERVQUAL mencakup lima dimensi utama kualitas pelayanan (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy), yang akan memungkinkan saya untuk menggali berbagai aspek pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan.
5. Kemudahan Analisis: SERVQUAL memberikan kerangka kerja yang jelas untuk menganalisis data dan mengidentifikasi area-area perbaikan dalam pelayanan. Hal ini akan memudahkan saya dalam menyajikan temuan dalam tugas akhir.

Sedangkan, Alasan mengapa saya tidak memilih metode QFD (Quality Function Deployment) dan CSI (Customer Satisfaction Index) dalam penelitian saya adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan yang Terbatas: QFD biasanya lebih cocok untuk merancang produk atau proses baru dengan mengidentifikasi hubungan antara kebutuhan pelanggan dan karakteristik produk. Sementara itu, CSI lebih sering digunakan sebagai alat pengukuran kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kedua metode ini tidak sepenuhnya sesuai dengan tujuan penelitian saya yang lebih berfokus pada mengukur kualitas pelayanan di restoran yang sudah beroperasi.
2. Kompleksitas Analisis: metode QFD sering melibatkan analisis yang lebih kompleks dan membutuhkan data yang lebih rinci tentang karakteristik produk atau proses. Demikian pula, metode CSI dapat melibatkan survei pelanggan yang memerlukan waktu dan sumber daya yang signifikan.

Sementara itu, metode SERVQUAL lebih mudah diterapkan dalam konteks pelayanan restoran.

3. Relevansi: metode QFD dan CSI lebih cocok dalam konteks manufaktur atau industri yang berfokus pada produk fisik. Restoran adalah lingkungan layanan, sehingga metode yang berfokus pada pelayanan seperti metode SERVQUAL lebih relevan dalam mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Jadi, saya memilih metode SERVQUAL karena lebih sesuai dengan lingkungan penelitian saya yang merupakan restoran, lebih mudah diterapkan, dan memiliki fokus yang lebih tepat pada pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

2.2 Landasan Teori

Berikut ini merupakan landasan teori untuk kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen:

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merujuk pada sejauh mana suatu layanan memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna produk atau jasa tersebut. Dengan kata lain, kualitas layanan dapat diukur berdasarkan sejauh mana perusahaan atau organisasi dapat menyediakan produk atau jasa layanan yang sesuai dengan keinginan para konsumen (Winarno and Absor, 2018).

Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesesuaian antara harapan dan ekspektasi konsumen terhadap tingkat layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan atau organisasi. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu harapan konsumen terkait kualitas pelayanan (*expected service*) dan pengalaman konsumen tentang kualitas pelayanan yang dirasakan (*perceived service*). Jika layanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melebihi ekspektasi, maka kualitas pelayanan dianggap ideal. Sebaliknya, jika layanan yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk. Oleh karena itu, penilaian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan

perusahaan atau organisasi secara konsisten memenuhi harapan konsumen.(Alghifari, 2019).

Seorang ilmuan bernama Richard Wyckoff mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan. Selain itu juga kualitas pelayanan berkaitan dengan tindakan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan tidak hanya dipandang dari sisi produsen melainkan juga dipandang dari sisi konsumen yang menggunakan produk atau jasa layanan tersebut. Dengan begitu maka konsumen dapat menentukan tingkat kualitas pelayanan yang harus dipenuhi oleh produsen (Visaka and Farunik, 2021).

Selanjutnya menurut (Tjiptono and Chandra, 2016) Dalam bukunya yang berjudul "Service Quality & Satisfaction," kualitas pelayanan mengacu pada situasi yang berubah-ubah yang terkait dengan produk, layanan, tenaga kerja, serta proses dan lingkungan yang mampu memenuhi standar kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Pelayanan berkualitas dapat dianggap sebagai bentuk usaha perbaikan kualitas sesuai dengan preferensi konsumen, disertai dengan akurasi dalam penyampaian, sehingga mampu memenuhi harapan dan menghasilkan rasa puas bagi konsumen. pelayanan yang baik paling tidak mencakup standar kualitas pelayanan seperti:

1. Ketepatan Waktu Pelayanan: Memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan atau diharapkan adalah kunci.
2. Akurasi Pelayanan: Menghindari kesalahan dalam pelayanan dan transaksi adalah hal penting.
3. Perilaku dalam Pelayanan: Sikap sopan santun, keramahan, dan komunikasi yang baik sangat berpengaruh.
4. Kemudahan Mendapatkan Pelayanan: Konsumen mengharapkan pengalaman berbelanja atau mendapatkan layanan yang mudah dan nyaman.
5. Kenyamanan Konsumen: Faktor-faktor di luar proses langsung seperti fasilitas tambahan dan kenyamanan fisik juga memengaruhi pengalaman konsumen secara keseluruhan.

Sedangkan menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja biasanya dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. pada dasarnya pelayanan adalah langkah yang diambil oleh seorang penjual untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli atau konsumennya, baik berupa produk maupun jasa. Tujuan dari langkah ini adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen. Pelayanan bisa diberikan sebelum atau setelah pembeli memilih atau membeli produk. Jika pelayanan tersebut berkualitas baik, maka akan berdampak positif bagi perusahaan karena dapat membuat pengguna produk atau jasa tersebut menjadi konsumen setia, yang pada akhirnya menguntungkan perusahaan (Zikri and Harahap, 2022)

Dari beberapa pengertian para pakar yang telah dijabarkan, dapat diambil garis besar bahwa kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai kemampuan sebuah perusahaan memenuhi ekspektasi, kebutuhan serta kenyamanan kepada konsumen pada saat transaksi maupun sesudah transaksi berakhir.

2.2.2 Dimensi Kualitas Layanan

Kualitas layanan berkaitan dengan bagaimana pelayanan yang diinginkan oleh konsumen dipadukan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan untuk memenuhi ekspektasi tersebut. Evaluasi kualitas layanan melibatkan sejauh mana perusahaan mampu memenuhi ekspektasi konsumen. Dalam hal ini, terdapat dua faktor kunci yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dan pengalaman pelayanan yang diterima oleh konsumen. Jika pengalaman pelayanan sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dianggap memuaskan. Jika pengalaman melebihi harapan, maka kualitas layanan dianggap sangat baik. Di sisi lain, jika pengalaman lebih rendah daripada harapan, maka kualitas layanan dianggap buruk. Jadi, apresiasi terhadap kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kemampuan penyedia layanan dalam secara konsisten memenuhi harapan pengguna. (Alghifari, 2019).

Dalam beberapa penelitian pada berbagai industry jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (Tjiptono and Chandra, 2016) menguraikan aspek-aspek pelayanan menjadi 10 dimensi yang berfokus pada kualitas pelayanan, yaitu:

1. Keandalan: Ini mencakup dua elemen penting, yaitu konsistensi kinerja dan kemampuan untuk diandalkan.
2. Responsivitas: Ini merujuk pada tingkat kepekaan karyawan untuk membantu konsumen dengan tepat dan tanggap.
3. Kompetensi: Ini melibatkan penguasaan kompetensi yang diperlukan untuk memberikan layanan sesuai ekspektasi konsumen.
4. Aksesibilitas: Ini mencakup kemudahan dalam kontak dan dapat dihubungi, serta cara mudah untuk berinteraksi.
5. Kesopanan: Ini termasuk sikap sopan, penuh penghargaan, perhatian, dan keramahan dari para karyawan.
6. Komunikasi: Ini melibatkan penyampaian informasi dalam bahasa yang dimengerti konsumen, serta keterampilan dalam mendengarkan saran dan keluhan mereka.
7. Kredibilitas: Ini berkaitan dengan integritas dan kepercayaan yang dapat diberikan kepada konsumen.
8. Keamanan: Ini berfokus pada menciptakan lingkungan yang bebas dari risiko, ancaman, dan keraguan.
9. Pemahaman Konsumen: Ini menggambarkan usaha untuk memahami kebutuhan unik dari setiap konsumen.
10. Bukti Fisik: Ini termasuk sarana dan prasana penunjang perusahaan.

Dalam penelitian selanjutnya parasuraman, Zeithaml dan Berry (Tjiptono and Chandra, 2016) Dalam analisis awal, ditemukan adanya tumpang tindih antara beberapa dimensi di atas. Oleh karena itu, kemudian disederhanakan menjadi kelima dimensi utama. Aspek-aspek seperti kesopanan, kompetensi, kredibilitas, dan keamanan digabungkan menjadi satu dimensi yang disebut "jaminan" (assurance). Sementara itu, elemen-elemen seperti akses, komunikasi, dan kemampuan memahami konsumen digabungkan menjadi dimensi yang dinamakan

"empati" (empathy). Dengan pendekatan ini, terdapat lima dimensi utama yang diatur berdasarkan tingkat relatif kepentingannya sebagai berikut:

1. Keandalan (reliability): Ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak awal tanpa kesalahan dan menghantarkan layanan sesuai dengan waktu yang telah disepakati.
2. Responsif (responsiveness): Ini berhubungan dengan kesiapan dan kemampuan staf untuk membantu dan merespons permintaan konsumen dengan cepat.
3. Jaminan (assurance): Ini mencakup perilaku staf yang dapat membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan, sehingga menciptakan rasa aman bagi konsumen.
4. Empati (empathy): Ini menunjukkan bahwa perusahaan memahami masalah konsumen dan bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen, memberikan perhatian pribadi kepada konsumen, dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Fisik (tangibles): Ini melibatkan daya tarik dari fasilitas fisik, peralatan, dan bahan yang digunakan oleh perusahaan, serta penampilan staf.

2.2.3 Kepuasan Konsumen

Asal-usul kata kepuasan "satisfaction" berasal dari gabungan kata dalam Bahasa Latin, yaitu "satis" yang berarti cukup baik atau memadai, dan "facto" yang merujuk pada tindakan atau pembuatan. Dalam konteks ini, kepuasan dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu menjadi memadai.

Menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Alghifari dalam bukunya (Alghifari, 2019), kepuasan konsumen dapat diketahui melalui:

1. Sistem Keluhan dan Saran: Setiap perusahaan yang fokus pada kepuasan konsumen perlu menghadirkan kesempatan serta fasilitas yang mudah dan praktis bagi para konsumen untuk berbagi saran, kritik, pandangan, dan masukan mereka.

2. Survei Kepuasan Konsumen: perusahaan atau penyelenggara layanan perlu mengandalkan survei kepuasan konsumen atau pengguna layanan untuk mengukur tingkat kualitas yang diinginkan dan yang diterima. Dalam survei ini, konsumen terpilih akan diminta untuk menilai berbagai aspek layanan melalui serangkaian pertanyaan
3. Konsumen Bayangan: Salah satu cara mendapatkan wawasan tentang kepuasan konsumen adalah dengan menggunakan individu-individu yang bertindak sebagai konsumen potensial atau berperan sebagai ghost shoppers, baik untuk produk dari perusahaan itu sendiri maupun pesaing.
4. Mempelajari konsumen yang Beralih : Langkah pendekatan komunikasi dengan konsumen yang telah beralih ke perusahaan pesaing. Perusahaan akan mencari informasi mengenai alasannya. Dengan pendekatan ini, perusahaan bisa mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong konsumen beralih ke pesaing, sehingga dapat merancang strategi perbaikan yang sesuai.

2.2.4 Perspektif Kualitas Jasa

Menurut Gavin (Tjiptono and Chandra, 2016), perspektif kualitas dapat diklasifikasikan dalam lima kelompok sebagai berikut:

1. Pendekatan Transendental (*Transcendental Approach*): Kualitas dianggap sebagai kemampuan bawaan yang sulit didefinisikan tetapi dapat dirasakan dan dikenali.
2. Pendekatan Berbasis Produk (*Product-based Approach*): Kualitas dianggap sebagai sifat produk yang dapat diukur berdasarkan atribut-atributnya. Perbedaan dalam kualitas tergantung pada atribut produk yang dimiliki.
3. Pendekatan Berbasis Pengguna (*User-based Approach*): Kualitas dilihat sebagai persepsi yang bergantung pada individu yang menggunakannya. Produk berkualitas tinggi adalah yang paling sesuai dengan preferensi individu.

4. Pendekatan berdasarkan perusahaan (*Manufacturing-based Approach*): Kualitas diartikan sebagai kesesuaian dengan standar internal perusahaan. Penekanan pada spesifikasi internal, bukan pandangan konsumen.
5. Pendekatan Berbasis Nilai (*Value-based Approach*): Kualitas dinilai berdasarkan sejauh mana produk memberikan nilai sesuai harga yang dibayarkan, sehingga kualitas bersifat relatif.

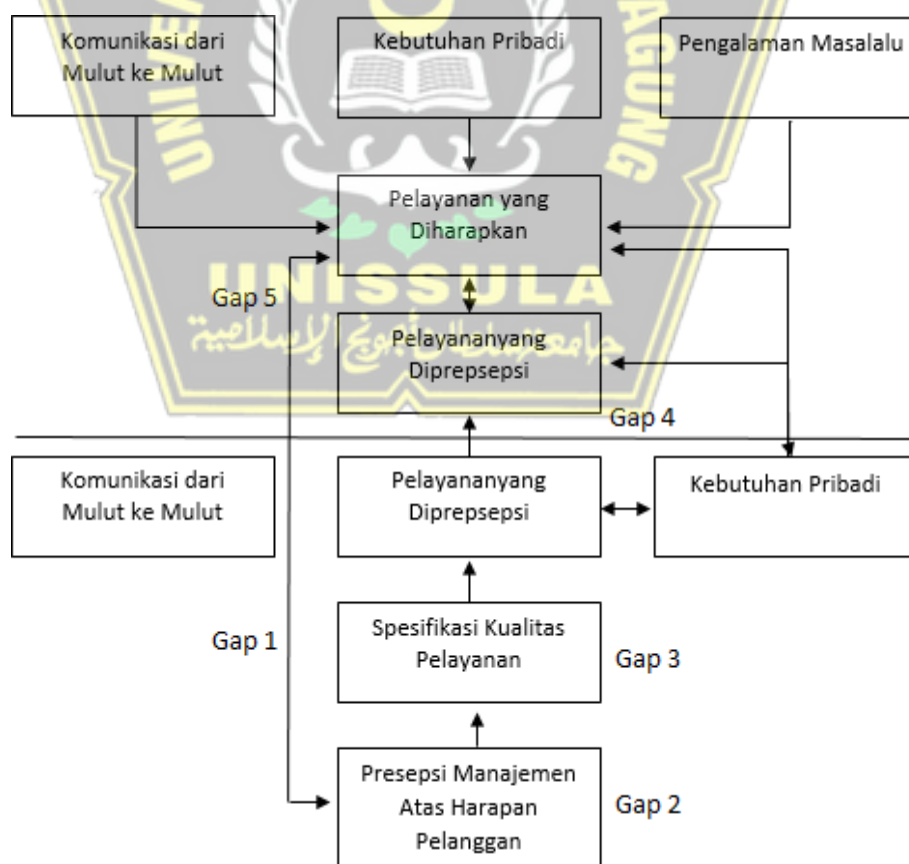
2.2.5 Metode *Service Quality* (*Servqual*)

Service Quality (*Servqual*) model ini dikembangkan oleh tiga pakar kualitas layanan, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonardo L. Berry model *Servqual* dirancang dengan tujuan membantu manajer dalam menganalisis akar masalah kualitas pelayanan dan memperoleh pemahaman tentang cara membenahi kualitas layanan yang ada. Model ini berfokus pada kinerja pelayanan berdasarkan atribut-atribut yang sesuai dengan standar kualitas pelayanan. Maka dapat disimpulkan, jika kinerja layanan sesuai atau melebihi standar yang ditetapkan, persepsi keseluruhan akan positif; sebaliknya, jika kinerja layanan tidak sesuai dengan standar, persepsi keseluruhan akan negatif dapat muncul. Model ini memeriksa kesenjangan antara dua variabel utama, yaitu kualitas pelayanan yang diharapkan (*Expected Service*) dan pengalaman terhadap layanan yang diterima (*Perceived Service*). Ini membantu mengidentifikasi area di mana kesenjangan terjadi dan memungkinkan tindakan perbaikan yang sesuai dilakukan (Tjiptono and Chandra, 2016).

Pengukuran metode *Servqual* merupakan pendekatan *used-based approach* (pendekatan berbasis pengguna) dan sekarang ini banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan jasa. Cara berpikir ini didasarkan pada gagasan bahwa kualitas adalah produk yang baik yang sesuai dengan selera masyarakat. Menurut tiga pakar terkemuka kualitas jasa, A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, dan Leonardo L. Berry dalam paper yang berjudul "*A Conceptual Model Of Service Quality and its Implications for Future Research*" yang dikutip dalam buku (Tjiptono and Chandra, 2016). Mereka mengembangkan model kualitas pelayanan dengan mengidentifikasi lima kesenjangan yang menyebabkan kegagalan

penyampaian layanan. Kesenjangan (Gap) dalam model SERVQUAL merujuk pada perbedaan antara harapan konsumen terhadap pelayanan (Expected Service) dengan persepsi mereka terhadap pelayanan yang mereka terima (Perceived Service). Terdapat lima gap dalam model ini, yaitu:

1. Gap 1: Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen.
2. Gap 2: Gap antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi layanan yang dirancang.
3. Gap 3: Gap antara spesifikasi layanan yang dirancang dan pelaksanaan layanan.
4. Gap 4: Gap antara pelaksanaan layanan dan komunikasi eksternal kepada konsumen.
5. Gap 5: Gap antara persepsi konsumen tentang layanan yang diterima dan harapan mereka.



Gambar 2. 1 **Konseptual Service Quality**

Sumber: (Gunawan, Wahyuni and Utami, 2020)

Skor *Servqual* didapatkan melalui perhitungan menggunakan rumus (Wibisono, 2019):

$$\text{Skor Kesenjangan } \textit{Servqual} (G) = \text{Skor Persepsi (P)} - \text{Skor Ekspektasi}$$

Dalam rumus ini, 'Persepsi' (P) mengacu pada keyakinan konsumen terhadap pengalaman pelayanan yang mereka terima, sementara 'Ekspektasi' (E) merujuk pada harapan atau ekspektasi konsumen terhadap apa yang seharusnya disediakan oleh perusahaan.

Pada penelitian ini digunakan skor 1-5, selisih (gap) antara kenyataan dan harapan menjelaskan tingkat kepuasan, kepuasan paling rendah terjadi apabila kenyataan jauh dibawah harapan, yaitu saat kenyataan minimal (1) sedangkan harapan maksimal (5), nilainya sebesar $1-5=-4$. Sebaliknya kepuasan paling tinggi terjadi apabila kenyataan jauh melampaui harapan, yaitu saat kenyataan maksimal (5) sedangkan harapan minimal (1), nilainya sebesar $5-1=4$. Rentang kepuasan atau selisih gap -4 sampai 4 dengan interval sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Interval Pengukuran Selisih GAP

Interval	Klasifikasi	Kualitas Pelayanan
$(-4) \sim (-2,4)$	Sangat Rendah	Sangat Tidak Baik
$(>-2,4) \sim (-0,8)$	Rendah	Kurang Baik
$(>-0,8) \sim (0,8)$	Sedang	Cukup Baik
$(>0,8) \sim (2,4)$	Tinggi	Baik
$(>2,4) \sim (4)$	Sangat Tinggi	Sangat Baik

Sumber:(Sinollah and Masruro, 2019)

2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis

2.3.1 Hipotesis

Hipotesis dapat diartika sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

Berdasarkan literatur dan penelitian yang sudah ada sebelumnya maka hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi tingkat

kepuasan konsumen yang mengakibatkan semakin meningkatnya loyalitas konsumen pada Resto Awan Bengi.

Resto Awan Bengi dituntut untuk selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumen. Dikarenakan konsumen yang merasa puas atau bahkan merasa sangat puas akan menjadi pemasar yang baik bagi pihak Resto Awan Bengi, karena mereka akan mereferensikan Resto Awan Bengi kepada calon konsumen (konsumen) lainnya. Akan tetapi masih terdapat adanya kendala ketidakpuasan yang dirasakan konsumen yang harus ditanggapi oleh pihak manajemen Resto Awan Bengi. Dari sumber referensi penelitian terdahulu maka Metode yang dipilih dan dapat digunakan untuk menangani masalah tersebut adalah dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Analysis Performance*. Metode *Service Quality* ini digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi kualitas, *Importance Analysis Performance* digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan atribut yang harus diperbaiki melalui diagram kartesius.

2.3.2 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis pada penelitian ini ialah menentukan apa penyebab ketidakpuasan mahasiswa dan bagaimana upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di RESTO AWAN BENGI:



Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek yang menjadi studi kasus pada penelitian ini adalah Resto Awan Bengi yang terletak di JL. Jati Raya K 1 Banyumanik Semarang. Dengan tujuan pengukuran kepuasan pada konsumen atau pembeli yang mengunjungi Resto Awan Bengi berdasarkan kualitas pelayanan yang telah diberikan..

3.2 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang ada dalam penelitian ini melibatkan berbagai pendekatan, seperti:

1. Melakukan survei langsung terhadap pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi, dengan mengamati secara langsung kualitas layanan yang mereka tawarkan.
2. Melakukan wawancara dengan tim manajemen Resto Awan Bengi untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman mereka dan pandangan terhadap pelayanan.
3. Mengumpulkan data melalui dokumentasi, dengan menghimpun informasi tentang situasi dan kondisi Resto Awan Bengi yang relevan dengan penelitian.
4. Metode kepustakaan, dengan merujuk pada buku-buku dan jurnal-jurnal terkait tentang perbaikan kualitas layanan untuk memperoleh wawasan lebih lanjut mengenai metodologi yang sesuai.
5. Menggunakan teknik kuesioner yang diberikan kepada konsumen, yang berisi pernyataan-pernyataan terkait pelayanan yang diberikan oleh Resto Awan Bengi, untuk mengumpulkan informasi dari perspektif mereka.

3.3 Penentuan Jumlah Sampel

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuisioner, dengan jenis data yang diperoleh berupa skor atau peringkat, yang termasuk dalam kategori data ordinal. Karena sifat datanya yang ordinal, pendekatan yang digunakan dalam analisisnya adalah non-parametrik. Dalam merancang ukuran sampel untuk penelitian ini, ada tiga faktor utama yang menjadi pertimbangan, yaitu keragaman atau variasi yang ada dalam populasi, tingkat *error* yang diperkenankan (*sampling error*), serta tingkat kepercayaan. Ketika menentukan ukuran sampel yang optimal, ada dua skenario yang perlu dipertimbangkan, yaitu apakah populasi yang menjadi fokus penelitian itu besar dan tidak diketahui karakteristiknya secara pasti, atautkah populasi yang diteliti relatif kecil dan karakteristiknya sudah diketahui sebelumnya.

Untuk penelitian ini, digunakan rumus untuk menghitung ukuran sampel pada kasus populasi yang besar (yang ukurannya tidak diketahui), mengingat bahwa kita tidak memiliki informasi tentang ukuran sebenarnya dari populasi. Karena proporsi sampel p dan $p(1-p)$ tidak dapat ditentukan secara pasti, pengujian saat ini belum dapat dilaksanakan. Meskipun demikian, perlu dicatat bahwa nilai p selalu berada dalam rentang 0 hingga 1, dengan nilai maksimumnya tercapai saat p mencapai nilai tertinggi. Maka,

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode *Simple Random Sampling*. Disebut *Simple Random Sampling* karena pemilihan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang

mungkin ada dalam populasi. Pendekatan ini dilakukan ketika populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2013).

$$P = 0,5$$

$$\text{Harga maksimum } f(p) \text{ adalah } p(1-p) = 0,5(1-0,5) = 0,25$$

Tingkat kepercayaan 90%

$$\text{Derajat ketelitian } (\alpha) = 10\% = 0,1; \alpha/2 = 0,05 ; Z(\alpha/2) = 1,65$$

$$E = 0,1$$

Maka total sampel dihitung menggunakan rumus:

$$n = p(1-p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$n = 0,5(1-0,5) \left(\frac{1,68}{0,1} \right)^2$$

$$n = 68,0625 \approx 68 \text{ responden}$$

Data yang diambil ($n = 80$) > 68 , maka data dapat dinilai cukup.

3.4 Penyusunan Kuesioner

Atribut-atribut yang akan diukur dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil survei dan wawancara yang dilakukan terhadap konsumen serta pihak manajemen Resto Awan Bengi. Melalui diskusi ini, akan ditemukan atribut-atribut pengukuran kepuasan yang nantinya akan dijabarkan dalam kuesioner.

3.5 Teknik Pengujian Data

3.5.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat penting guna menilai pernyataan yang ada dalam sebuah kuesioner perlu direvisi atau dihilangkan karena dianggap tidak berhubungan. Salah satu metode yang digunakan untuk mengukur validitas kuesioner adalah dengan menghitung korelasi antara setiap pernyataan dalam kuesioner dengan skor total yang diperoleh dari seluruh pernyataan. Ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi product moment. Dengan demikian, proses ini membantu kita dalam mengevaluasi sejauh mana setiap pernyataan dalam kuesioner berhubungan dengan keseluruhan konsep atau topik yang ingin diukur.

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} : Korelasi momen tangkar

$\sum X$: Total dari semua nilai dalam variabel X yang didapat dari rekap data harapan.

$\sum Y$: Total dari semua nilai dalam variabel Y yang didapat dari rekap data kenyataan.

$\sum X^2$: Total dari setiap nilai X yang dikuadratkan

$\sum Y^2$: Total Skor dari nilai Y yang dikuadratkan

$\sum XY$: Total perkalian antara nilai X dengan nilai Y yang sesuai.

Validitas item dapat dikonfirmasi dengan membandingkan rhitung dengan rtabel. Jika nilai rhitung lebih besar dari nilai rtabel, maka item tersebut dianggap valid. Ini mengindikasikan bahwa pernyataan-pernyataan dalam instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi atau menunjukkan konsistensi internal dalam mengukur aspek yang sama. Korelasi negatif antara item-item tersebut mengisyaratkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut bertentangan dengan pernyataan-pernyataan lainnya dalam instrumen tersebut.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Setelah melaksanakan uji validitas pada data penelitian, langkah berikutnya adalah mengevaluasi kualitas data dengan melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas data penelitian dapat diukur dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*. Data penelitian dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilai *Cronbach's Alpha* setidaknya mencapai 0,8. Meskipun demikian, ada pandangan lain yang berpendapat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* minimal 0,6 sudah memadai untuk menyatakan bahwa data penelitian dapat dianggap reliabel

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Metode *Service Quality* (*SERVQUAL*)

Metode Servqual adalah pendekatan yang sering digunakan untuk menilai kualitas layanan. Dalam metode ini, terdapat lima dimensi utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan:

1. **Tangible (Bukti Fisik):** Ini mencakup aspek-aspek fisik seperti fasilitas, peralatan, karyawan, dan sarana komunikasi yang diberikan oleh penyedia layanan.
2. **Reliability (Keandalan):** Ini mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji, secara tepat waktu, akurat, dan memuaskan.
3. **Responsiveness (Daya Tanggap):** Ini mencerminkan sejauh mana karyawan layanan bersedia, mampu, dan siap membantu konsumen serta memberikan pelayanan dengan cepat.
4. **Assurance (Jaminan):** Dimensi ini mencakup pengetahuan, keterampilan, tingkat sopan santun, dan kepercayaan diri karyawan dalam memberikan pelayanan. Juga mencakup kepastian bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan memiliki pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan.
5. **Empathy (Empati):** Ini mencakup kemudahan berkomunikasi dengan baik, memberikan perhatian personal, dan memahami kebutuhan konsumen.

Metode Servqual mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan dua rumus utama. Pertama, untuk mengukur kesenjangan antara persepsi konsumen dan harapan mereka terhadap faktor kualitas pelayanan tertentu, kita gunakan rumus:

$$\text{Kesenjangan (G)} = \text{Persepsi (P)} - \text{Ekspektasi (E)}$$

Ini membantu dalam menilai sejauh mana konsumen merasakan perbedaan antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka alami dalam layanan tersebut.

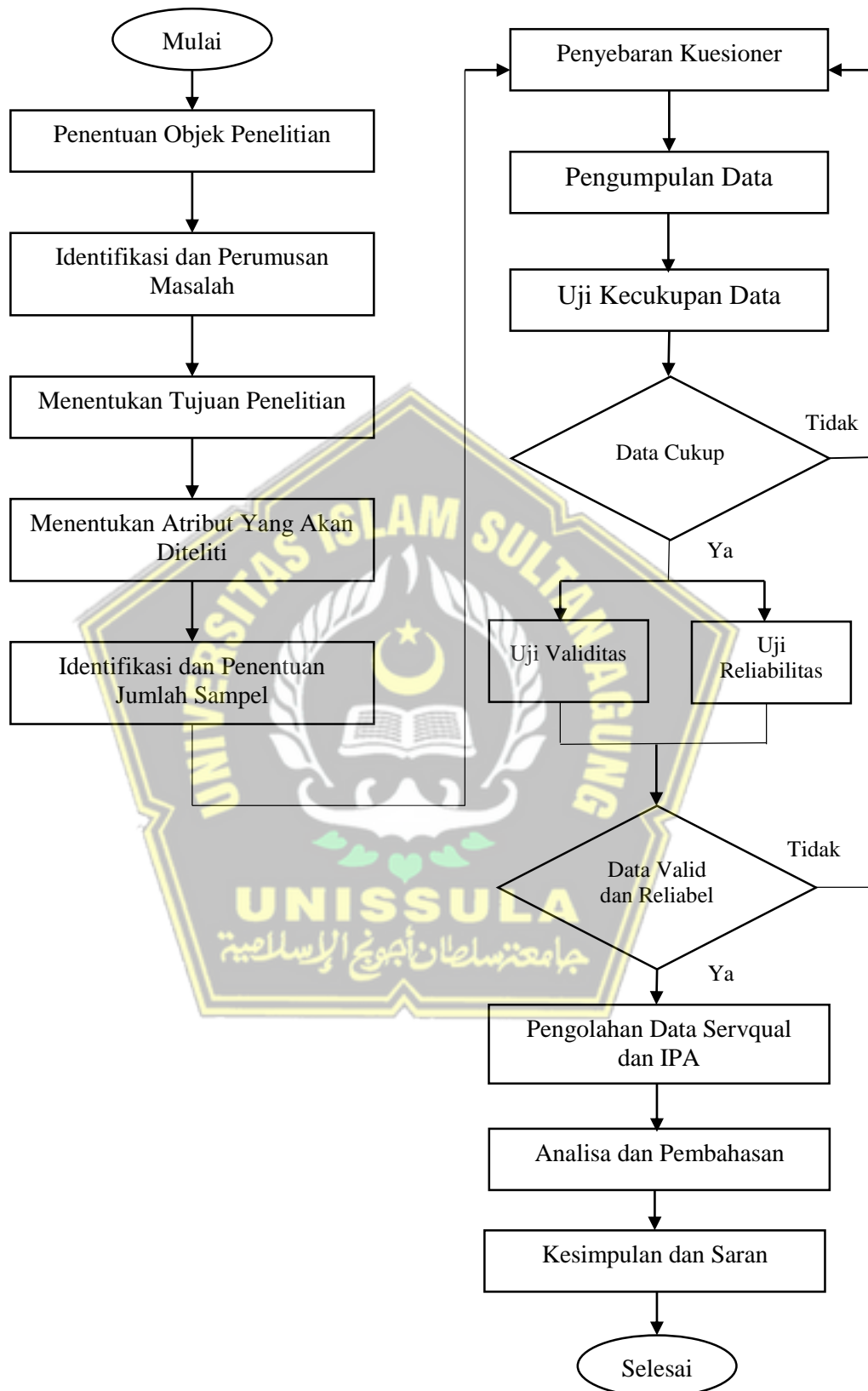
3.7 Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan melalui serangkaian langkah berikut:

1. Pengolahan kuesioner dimulai dengan mengecek kevalidan kuesioner, termasuk memastikan kelengkapan jawaban, konsistensi dalam jawaban (setiap pertanyaan hanya memiliki satu jawaban), dan relevansi jawaban. Data mentah dari kuesioner kemudian dimasukkan ke dalam sebuah tabel.
2. Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan apakah jumlah responden dalam sampel sudah cukup representatif. Dalam hal ini, dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%, diperlukan setidaknya 68 responden.
3. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menilai apakah data yang diperoleh valid dan dapat diandalkan sesuai dengan harapan. Proses ini dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS versi 26.
4. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan metode Servqual, yang berfokus pada pengukuran kesenjangan (Gap) antara kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dan pengalaman kualitas pelayanan yang diterima..
5. Hasil pengukuran kemudian dianalisis menggunakan tabel interval kesenjangan servqual untuk mengetahui tiap dimensi memasuki kategori dan posisi kualitas pelayanan ada sudah memasuki kategori yang bagaimana.
6. Menentukan rekomendasi perbaikan berdasarkan analisa servqual yang telah dilakukan sehingga kualitas peayanan terhadap kepuasan pelanggan di resto awan bengi meningkat.

3.8 Diagram Alir Penelitian

Diagram alir penelitian dibuat untuk rencana tahapan dalam penelitian mulai dari awal sampai selesainya penelitian. Berikut ini adalah diagram alir penelitiannya:



Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data sangat penting dalam penelitian ini. Karena memiliki data yang tersedia dapat membantu peneliti mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen atau konsumen di Resto Awan Bengi dan data sekunder diperoleh dari pihak manajemen Resto Awan Bengi.

4.2 Data Umum Perusahaan

Resto Awan Bengi adalah salah satu kafe dan resto di kota Semarang lebih tepatnya di JL. Jati Raya K 1 Banyumanik Semarang yang menyajikan beragam fasilitas untuk menarik hati para konsumen. Resto Awan Bengi menyajikan banyak menu yang diminati oleh konsumen baik dari sektor minuman atau makanan. Resto Awan Bengi mematok harga terjangkau sesuai dengan uang saku mahasiswa sehingga dapat dinikmati semua kalangan khususnya untuk anak muda masa kini. Dalam menjalankan fungsi manajemen, Resto Awan Bengi didukung 6 orang karyawan dan fasilitas pendukung lainnya. Waktu pelayanan buka pukul 10.00 – 22.00 wib.

4.2.1 Visi dan Misi Perusahaan

VISI :

Berbekal ilmu langit, dan doa dari kawan langit, kami berikhtiar untuk melangit hinggakan nanti akan ada 7 langit awan bengi disetiap kota, sampai jumpa dilangit ketujuh kami (sidrotul muntaha).

MISI :

1. Mengusung sebuah konsep *meeting point* (titik kumpul) dengan *ambince homey* bernuansa *garden, blue navy*.

2. Memberikan sajian makanan berkelas namun dengan harga yang bersahabat sehingga cocok untuk dinikmati oleh kalangan tua, muda, dan anak-anak.
3. Langit pertama awan bengi berada di Semarang atas yang melambangkan bahwa langit selalu berada di atas. Karena seperti langit kami selalu belajar terbang lebih tinggi dan bukan untuk jatuh

4.2.2 Fasilitas dan Menu

Untuk menunjang kualitas pelayanan yang ada di Resto Awan Bengi memiliki fasilitas dan menu sebagai berikut :

1. Fasilitas
 - 100 *pax Seating Capacity*
 - Mushola
 - Toilet
 - *Free Wifi*
 - Car Park
 - Meeting Corner

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

AWANBENGI

UNISSULA

Event Package

Birthday Package	IDR 95.000	nett/pax
Meeting Package	IDR 80.000	nett/pax
Lunch Box AB	IDR 30.000	nett/pax
Akad Package	IDR 6.5 juta	nett/ 30pax

All package Minimum for 20 pax

Package is Inclusive
Free room 3 hours | Included Lcd Screen | Sound System

Standart with protocol Kesehatan COVID-19
***Term & Condition Apply

FOR RESERVATION
0882-2109-2106

[/awanbengi.id](#) [@awanbengi.id](#)

Gambar 4. 1 fasilitas Paket Resto Awan Bengi

2. Menu



Gambar 4. 2 Menu Fave Platter



Gambar 4. 3 Menu Dessert



Gambar 4. 4 Menu Sop Iga Rempah



Gambar 4. 5 Menu Nasi Goreng Iga



Gambar 4. 6 Menu Rib Eye Meltique



Gambar 4. 7 Menu Tea & Basic Milk



Gambar 4. 8 Menu *Fresh & Blend*



Gambar 4. 9 *Creme Brulee Coffe*

4.2.3 Penyusunan Kuesioner

Penyusunan atribut kuisioner ini disusun berdasarkan hasil diskusi dengan dosen pembimbing dan pihak manajemen di Resto Awan Bengi dengan indikator kepuasan konsumen yaitu 5 dimensi kualitas. Meliputi, bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan keamanan (*Assurance*) dan empati (*Empathy*).

Wawancara dilakukan untuk mengetahui apa saja keluhan pelanggan atau konsumen ketika mendapatkan fasilitas jasa Pihak Resto Awan Bengi, Hasil dari

wawancara ini bisa lebih fokus ke keinginan konsumen yang menggunakan jasa dari Pihak Resto Awan Bengi dapat dilihat pada data lampiran A1. Dari rekap wawancara terhadap konsumen dan hasil diskusi dengan pihak manajemen Resto Awan Bengi selanjutnya diperoleh 24 atribut pengukuran dan atribut-atribut tersebut akan ditransformasikan ke dalam kuesioner. Menentukan atribut kuesioner *servqual* (daftar pertanyaan) menggunakan pendekatan lima dimensi terhadap kualitas layanan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Variabel Penelitian Tangible

No	Dimensi	Pernyataan	Kode	Sumber
1	Tangible	Kondisi fasilitas pendukung (tempat parkir,toilet,wastafel,tempat ibadah) yang bersih dan mumpuni	Q1	Data primer
2		Ketersediaan fasilitas pendukung (AC, wifi, dan musik audio) memadai	Q2	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)
3		Kondisi meja dan kursi yang nyaman	Q3	Data primer
4		Peralatan makanan yang dimiliki restoran bersih dan higienis	Q4	Data primer
5		Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	Q5	Data primer
6		Karyawan yang berpenampilan menarik dan rapi	Q6	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)

Tabel 4. 2 Variabel Penelitian Reliability

No	Dimensi	Pernyataan	Kode	Sumber
7	Reliability	Kesesuaian menu yang disajikan	Q7	Data primer
8		Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah)	Q8	Data primer
9		menyajikan makanan yang beraneka ragam	Q9	Data primer
10		Kemampuan penataan hidangan yang baik	Q10	Data primer
11		Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan penguasaan menu	Q11	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)
12		Memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan	Q12	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)

Tabel 4. 3 Variabel Penelitian Responsiveness

No	Dimensi	Pernyataan	Kode	Sumber
1	Responsiveness	Respon yang cepat saat melayani serta menerima keluhan dari pelanggan	Q13	(Khoiria and US, 2021)
2		Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	Q14	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)
3		Tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan pelanggan	Q15	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)

Tabel 4. 4 Variabel Penelitian Assurance

No	Dimensi	Pernyataan	Kode	Sumber
1	Assurance	Kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan	Q16	(Khoiria and US, 2021)
2		Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran	Q17	Data primer
3		Jamianan penggantian makanan jika terjadi kesalahan	Q18	Data primer
4		Tempat parkir yang aman	Q19	Data primer
5		Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan penguasaan menu	Q20	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)

Tabel 4. 5 Variabel Penelitian Emphaty

No	Dimensi	Pernyataan	Kode	Sumber
1	Emphaty	Karyawan yang memeberikan saran menu terbaik dan info tentang promo	Q21	Data primer
2		Karyawan yang menerima pelanggan dengan sapa, senyum, dan ramah	Q22	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)
3		Resto memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	Q23	(Yulianto, Djoko and Satoto, 2018)
4		Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan pelanggan	Q24	Data primer

4.3 Pengolahan Data

Pengolahan data diuraikan menjadi beberapa sub antara lain pengujian data dan perhitungan metode *Servqual*.

4.3.1 Pengujian Data

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengevaluasi keabsahan data dalam sebuah kuesioner, dengan tujuan agar hasil jawaban dari kuesioner tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menetapkan Hipotesis:

H_0 = item tidak memiliki korelasi positif dengan skor total.

H_1 = item memiliki korelasi positif dengan skor total.

2. Menentukan Nilai r_{tabel} : Nilai r_{tabel} dapat dihitung dengan rumus $df = n - 2$ (Sugiyono, 2013), di mana df adalah derajat kebebasan dan n adalah jumlah responden. Dalam kasus ini, $df = 80 - 2 = 78$ dengan tingkat signifikansi 0.05. Dengan demikian, nilai r_{tabel} adalah 0.2199.

3. Menghitung Nilai r_{hitung} : Nilai r_{hitung} diperoleh melalui analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Nilai r_{hitung} ini tercantum dalam hasil output SPSS 26 pada kolom "Corrected Item-Total Correlation" (output perangkat lunak terlampir).
4. Pengambilan Keputusan: Keputusan diambil berdasarkan perbandingan antara nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel} :

Jika nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} , maka butir pertanyaan dianggap valid.

Jika nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} , maka butir pertanyaan dianggap tidak valid.

Ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam menguji validitas data kuesioner, dengan mempertimbangkan nilai-nilai statistik yang diperoleh dalam analisis.

1. Uji Validitas Tingkat Harapan

Berikut ini adalah uji validitas Tingkat Harapan pada Resto Awan Bengi berdasarkan data kuesioner yang terdapat dilampiran yang ditunjukkan pada tabel berikut ini

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan Menggunakan SPSS

No	Atribut Harapan	R Hitung	R Tabel Signifikansi 0,05	Keterangan
1	Q1	0.552	0.2199	VALID
2	Q2	0.624	0.2199	VALID
3	Q3	0.768	0.2199	VALID
4	Q4	0.673	0.2199	VALID
5	Q5	0.589	0.2199	VALID
6	Q6	0.744	0.2199	VALID
7	Q7	0.525	0.2199	VALID
8	Q8	0.692	0.2199	VALID
9	Q9	0.721	0.2199	VALID
10	Q10	0.698	0.2199	VALID
11	Q11	0.658	0.2199	VALID
12	Q12	0.538	0.2199	VALID
13	Q13	0.581	0.2199	VALID
14	Q14	0.655	0.2199	VALID
15	Q15	0.752	0.2199	VALID
16	Q16	0.741	0.2199	VALID
17	Q17	0.745	0.2199	VALID
18	Q18	0.709	0.2199	VALID
19	Q19	0.726	0.2199	VALID

20	Q20	0.667	0.2199	VALID
21	Q21	0.700	0.2199	VALID
22	Q22	0.651	0.2199	VALID
23	Q23	0.681	0.2199	VALID
24	Q24	0.649	0.2199	VALID

Semua pertanyaan tingkat kinerja, memiliki nilai r hitung diatas r tabel sebesar 0,2199 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dalam angket adalah valid.

2. Uji Validitas Tingkat Kenyataan

Uji validitas Tingkat Kenyataan pada Resto Awan Bengi berdasarkan data kuesioner dilampiran yang ditujukan oleh tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Tingkat Kenyataan Menggunakan SPSS

No	Atribut Kenyataan	R Hitung	R Tabel Signifikansi 0,05	Keterangan
1	Q1	0.584	0.2199	VALID
2	Q2	0.691	0.2199	VALID
3	Q3	0.484	0.2199	VALID
4	Q4	0.563	0.2199	VALID
5	Q5	0.476	0.2199	VALID
6	Q6	0.640	0.2199	VALID
7	Q7	0.574	0.2199	VALID
8	Q8	0.483	0.2199	VALID
9	Q9	0.499	0.2199	VALID
10	Q10	0.725	0.2199	VALID
11	Q11	0.621	0.2199	VALID
12	Q12	0.730	0.2199	VALID
13	Q13	0.475	0.2199	VALID
14	Q14	0.562	0.2199	VALID
15	Q15	0.779	0.2199	VALID
16	Q16	0.676	0.2199	VALID
17	Q17	0.710	0.2199	VALID
18	Q18	0.737	0.2199	VALID
19	Q19	0.609	0.2199	VALID
20	Q20	0.843	0.2199	VALID
21	Q21	0.653	0.2199	VALID
22	Q22	0.753	0.2199	VALID
23	Q23	0.669	0.2199	VALID
24	Q24	0.593	0.2199	VALID

Semua pertanyaan tingkat kenyataan, memiliki r hitung lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,2199 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dalam angket adalah valid.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi apakah instrumen yang akan digunakan dalam penelitian akan menghasilkan data yang konsisten saat diulang. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6, maka instrumen dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Data mengenai nilai korelasi dapat ditemukan dalam bagian "*Reliability Statistics*" di bawah kolom *Cronbach's Alpha* untuk kedua variabel, yaitu tingkat Harapan dan tingkat Kenyataan pelayanan, berdasarkan respons dari para peserta penelitian. Informasi mengenai hasil uji reliabilitas tercatat dalam Tabel 4.8 dan Tabel 4.9 :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan Menggunakan SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.945	24

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kenyataan Menggunakan SPSS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.934	24

Pada tabel diatas untuk tingkat harapan serta tingkat kenyataan memiliki nilai *Cronbach.s Alpha* 0,945 dan 0,934 sehingga disimpulkan data tersebut dapat dinilai reliabel.

4.3.2 Pengolahan Data Servqual

Penghitungan rata-rata skor harapan (kepentingan) dan skor kinerja (kenyataan) tiap dimensi kualitas dilakukan guna mendapatkan nilai kesenjangan (GAP) untuk kelima dimensi tersebut. Rumus kesenjangan (GAP) yang digunakan dalam proses ini:

$$G = (\text{performance}) - (\text{expectation}).$$

$$\text{Atribut no 1: } G = (P - E)$$

$$G = (3.13 - 4.48) = -1.350$$

Dari hasil skor rata-rata tiap atribut kemudian dihitung nilai gap berdasarkan rumus rumus Servqual dapat dilihat pada tabel 4. 10.

Tabel 4. 10 Perhitungan Gap Servqual

No	Dimensi Kualitas	Atribut	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kenyataan	GAP	Klasifikasi	Kualitas Pelayanan
1	Tangible	Q1	4.48	3.13	-1.350	Rendah	Kurang Baik
2		Q2	4.69	3.21	-1.475	Rendah	Kurang Baik
3		Q3	4.43	3.94	-0.488	Sedang	Cukup Baik
4		Q4	4.26	4.19	-0.075	Sedang	Cukup Baik
5		Q5	4.64	4.08	-0.563	Sedang	Cukup Baik
6		Q6	4.55	4.11	-0.438	Sedang	Cukup Baik
Rata-rata					-0.731	Sedang	Cukup Baik
7	Reliability	Q7	4.41	4.21	-0.200	Sedang	Cukup Baik
8		Q8	4.53	4.25	-0.275	Sedang	Cukup Baik
9		Q9	4.31	4.05	-0.263	Sedang	Cukup Baik
10		Q10	4.56	4.16	-0.400	Sedang	Cukup Baik
11		Q11	4.76	4.55	-0.213	Sedang	Cukup Baik
12		Q12	4.55	3.91	-0.638	Sedang	Cukup Baik
Rata-rata					-0.331	Sedang	Cukup Baik
13	Responsiveness	Q13	4.49	4.30	-0.188	Sedang	Cukup Baik
14		Q14	4.58	4.10	-0.475	Sedang	Cukup Baik
15		Q15	4.48	3.69	-0.788	Sedang	Cukup Baik
Rata-rata					-0.483	Sedang	Cukup Baik
16	Assurance	Q16	4.61	4.28	-0.337	Sedang	Cukup Baik
17		Q17	4.51	4.08	-0.438	Sedang	Cukup Baik
18		Q18	4.54	3.83	-0.712	Sedang	Cukup Baik
19		Q19	4.68	3.13	-1.550	Rendah	Kurang Baik
20		Q20	4.38	3.71	-0.663	Sedang	Cukup Baik
Rata-rata					-0.740	Sedang	Cukup Baik
21	Emphaty	Q21	4.55	4.10	-0.450	Sedang	Cukup Baik
22		Q22	4.55	4.09	-0.462	Sedang	Cukup Baik
23		Q23	4.49	3.95	-0.538	Sedang	Cukup Baik
24		Q24	4.41	3.34	-1.075	Rendah	Kurang Baik
Rata-rata					-0.631	Sedang	Cukup Baik

Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dengan begitu dapat

disimpulkan berdasarkan pendapat parasuraman yang dikutip dalam penelitian (Sinollah and Masruro, 2019). Dengan acuan tabel interval pengukuran selisih gap adalah 20 atribut masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya.

Untuk menghitung rata-rata kesenjangan pada setiap dimensi, langkahnya adalah dengan menjumlahkan nilai kesenjangan pada atribut-atribut dimensi kualitas yang bersangkutan. Kemudian, hasil penjumlahan tersebut dibagi oleh jumlah total atribut dalam dimensi kualitas tersebut. Proses perhitungannya dapat diuraikan sebagai berikut:

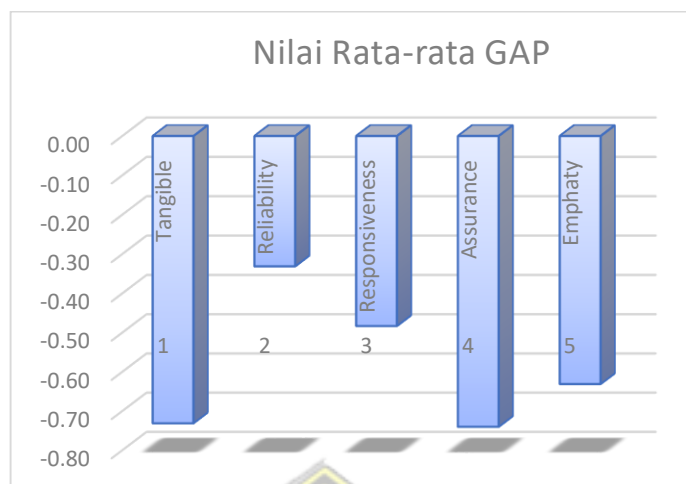
$$\begin{aligned} \text{Tangible} &= (-1.350) + (-1.475) + (-0.488) + (0.075) + (0.563) + (-0.438) \\ &= -4.388/6 \\ &= -0.731 \end{aligned}$$

Dengan metode serupa, kita dapat mengidentifikasi rata-rata kesenjangan di setiap dimensi kualitas. Hasil dari tiap dimensi tertera dalam Tabel 4.11

Tabel 4. 11 Nilai Rata-rata Tiap Gap Dimensi Servqual

No	Dimensi	Nilai Rata-rata	Klasifikasi	Kualitas Pelayanan
1	Tangible	-0.73	Sedang	Cukup Baik
2	Reliability	-0.33	Sedang	Cukup Baik
3	Responsiveness	-0.48	Sedang	Cukup Baik
4	Assurance	-0.74	Sedang	Cukup Baik
5	Emphaty	-0.63	Sedang	Cukup Baik
Rata-rata		-0.583	Sedang	Cukup Baik

Hasil ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata gap tiap dimensi yang berdasarkan pendapat parasuraman yang dikutip dalam penelitian (Sinollah and Masruro, 2019). Dengan acuan tabel interval pengukuran selisih gap masuk dalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya. Hasil perhitungan gap pada tiap dimensi kualitas tersebut dapat dilihat pada grafik sebagai berikut :



Gambar 4.10 Nilai Rata-rata Kesenjangan Tiap Dimensi

4.3.3 Perioritas Perbaikan

Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dengan begitu dapat disimpulkan berdasarkan pendapat parasuraman yang dikutip dalam penelitian (Sinollah and Masruro, 2019). Dengan acuan tabel interval pengukuran selisih gap adalah 20 atribut kualitas pelayanan masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut kualitas pelayanan masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya. Empat atribut tersebut dapat dijadikan sebagai prioritas perbaikan bagi pihak manajemen Resto Awan Bengi seperti pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Atribul Perioritas Perbaikan

No	Dimensi	Kode	Pernyataan
1	Tangible	Q1	Kondisi fasilitas pendukung (tempat parkir,toilet,wastafel,tempat ibadah) yang bersih dan mumpuni
2	Tangible	Q2	Ketersedian fasilitas pendukung (AC, wifi, dan musik audio) memadai
3	Assurance	Q19	Tempat parkir yang aman
4	Emphaty	Q24	Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan pelanggan

4.3.4 Rekomendasi Perbaikan

Ada pun rekomendasi perbaikan untuk 4 atribut yang jadi prioritas perbaikan bagi Resto Awan Bengi agar kualitas pelayanan semakin meningkat dan lebih baik lagi adalah sebagai berikut:

1. Kondisi Fasilitas Pendukung yang Bersih dan Mumpuni:
 - Rutin melakukan pemeriksaan dan perawatan fasilitas seperti toilet, wastafel, dan tempat ibadah untuk memastikan kebersihan dan fungsionalitasnya.
 - Menerapkan jadwal pembersihan berkala dan memasang pengumuman yang mengingatkan staf dan pelanggan untuk menjaga kebersihan fasilitas.
2. Ketersediaan Fasilitas Pendukung yang Memadai:
 - Memantau penggunaan AC, WiFi, dan musik audio untuk memastikan ketersediaan yang memadai sepanjang waktu.
 - Memperbarui peralatan dan teknologi yang digunakan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan perkembangan teknologi terbaru.
3. Tempat Parkir yang Aman:
 - Peningkatan Fasilitas Parkir: Jika memungkinkan, lakukan perluasan tempat parkir agar konsumen tidak harus menggunakan bahu jalan untuk parkir. Pertimbangkan juga untuk menambahkan karyawan yang bertugas di tempat parkir, guna meningkatkan keamanan dan pengawasan.
4. Perhatian Terhadap Kritik dan Saran Pelanggan:
 - Membangun sistem umpan balik yang efektif, seperti kotak saran atau formulir kritik dan saran di tempat atau melalui situs web restoran.
 - Menghimbau keseluruhan staf untuk merespons kritik dan saran pelanggan dengan sikap yang ramah dan sopan.

4.4 Analisa dan Interpretasi Hasil

4.4.1 Analisa Pengujian Data

Dalam proses pengumpulan data melalui penyebaran kuisisioner kepada 80 responden, tahap awal melibatkan pengujian data untuk memastikan validitas dan reliabilitas sebelum data tersebut diolah lebih lanjut. Uji validitas digunakan untuk

menentukan apakah setiap item atau pertanyaan dalam kuisioner secara tepat mengukur aspek tertentu

Validitas diukur menggunakan nilai korelasi. Jadi validitas suatu pertanyaan dapat dilihat pada *Output* pengolahan SPSS di tabel *Item-Total Statistic* dari nilai *Correlate Item –Total Corelation* masing-masing item atau pertanyaan berdasarkan hasil perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS 26 di dapatkan Hasil bahwa semua item pertanyaan pada kuisioner dinyatakan valid. Item dinyatakan valid jika nilai korelasi hitung (r hitung) lebih besar dari nilai korelasi tabel. Dari nilai tabel, $df = \text{jumlah responden} - 2$, dalam penelitian ini $df = 80 - 2 = 78$. Dan tingkat signifikansi 0.05, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,2199. Dari hasil penyebaran kuisioner dan melakukan pengolahan ke 26 Item pertanyaan untuk tingkat Harapan dan kenyataan yang dapat dilihat pada tabel 4.6 adalah hasil uji validitas tingkat harapan menggunakan *spss* dan tabel 4.7 adalah hasil uji validitas tingkat kenyataan menggunakan *spss*, menunjukkan bahwa nilai korelasi hitung yang lebih besar dari nilai korelasi tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisioner telah mampu mengukur atau mengungkapkan hal-hal yang seharusnya diukur. Setelah semua pertanyaan dinyatakan Valid maka akan dilakukan uji reliabilitas.

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang akan digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan berulang-ulang pada waktu kapan saja. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's alpha yang dinyatakan dengan nilai korelasi. Dapat dilihat pada tabel 4.8 adalah hasil dari uji reliabilitas tingkat harapan menggunakan *spss* dan tabel 4.9 adalah hasil uji reliabilitas tingkat kenyataan menggunakan *spss*, bahwa masing-masing sebesar 0,945 dan 0,934, nilai ini tergolong sangat tinggi dan telah memenuhi kriteria untuk suatu instrument dapat dikatakan reliabel yaitu jika nilai korelasinya lebih dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuisioner pada penelitian ini akan memberikan hasil yang konsisten meskipun diulang-ulang.

4.4.2 Analisa Service Quality

Service Quality digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif melalui survei. Skor kesenjangan tidak hanya merefleksikan kualitas layanan, tetapi juga dapat mengindikasikan tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan yang telah diberikan. Hasil dari pengukuran kesenjangan (gap) dalam lima dimensi SERVQUAL, yang dihitung melalui selisih antara Persepsi (P) dan Ekspektasi (E), terdapat dalam Tabel 4.10. Dimensi-dimensi tersebut meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, dengan 24 atribut layanan dalam kuesioner yang disebarakan kepada 80 responden, yang merupakan pelanggan Resto Awan Bengi. Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dengan begitu dapat disimpulkan berdasarkan pendapat parasuraman (1990) dalam tabel interval pengukuran selisih gap adalah 20 atribu masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya. dengan nilai rata-rata kesenjangan keseluruhan sebesar -0.583 nilai tersebut berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

1. Tangible

Pada dimensi Tangible terdapat 6 atribut dengan kode Q1, Q2, Q3, Q4, Q5, dan Q6. Setelah melakukan perhitungan dengan rumus servqual di dapatkan nilai servqual pada atribut-atribut kualitas pelayanan yaitu

- a. Q1 sebesar -1,350. Nilai tersebut menunjukkan bahwa “kondisi fasilitas pendukung (tempat parkir, toilet, wastafel, tempat ibadah) yang bersih dan mumpuni”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya.
- b. Q2 sebesar -1,47. Nilai tersebut menunjukkan bahwa “ketersediaan fasilitas pendukung (AC, Wifi, dan musik audio) memadai”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya.

- c. Q3 sebesar -0,488. Nilai tersebut menunjukkan bahwa “kondisi meja dan kursi yang nyaman”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- d. Q4 sebesar -0,075. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “peralatan makanan yang dimiliki restoran bersih dan higienis”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya..
- e. Q5 sebesar -0,563. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “memiliki interior dan dekorasi menarik”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- f. Q6 Sebesar -0,438. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “karyawan berpenampilan menarik dan rapi”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya..

2. Reliability

Pada dimensi Reliability (kehandalan) terdapat 6 atribut dengan kode Q7, Q8, Q9, Q10, Q11, dan Q12. Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode servqual didapatkan nilai pada atribut-atributnya adalah sebagai berikut”

- a. Q7 sebesar -0,200. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “kesesuaian menu yang disajikan”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- b. Q8 sebesar -0,275. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “ kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- c. Q9 sebesar -0,263. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “menyajikan makanan yang beaneka ragam”, berdasarkan tabel interval

pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya..

- d. Q10 sebesar $-0,400$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “kemampuan penataan hidangan yang baik”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- e. Q11 sebesar $-0,213$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan konsumen dan penguasaan menu”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- f. Q12 sebesar $-0,638$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “memberikan pelayanan tepat waktu kepada konsumen”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

3. Responsiveness

Pada dimensi responsiveness (daya tanggap) terdapat 3 atribut dengan kode Q13, Q14, dan Q15. Setelah melakukan perhitungan dengan rumus servqual didapatkan nilai kesenjangan pada tiap atribut dimensi responsiveness yaitu:

- a. Q13 sebesar $-0,188$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “respon yang cepat saat melayani serta menerima keluhan dari konsumen”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- b. Q14 sebesar $-0,475$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- c. Q15 sebesar $-0,788$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “tingkat kesabaran karyawan dalam menerima keluhan konsumen”, berdasarkan

tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

4. Assurance

Pada dimensi Assurance (jaminan) terdapat 5 atribut dengan kode Q16, Q17, Q18, Q19, dan Q20. Setelah melakukan perhitungan dengan rumus servqual didapatkan nilai kesenjangan pada tiap atribut dimensi Assurance yaitu:

- a. Q16 sebesar -0,337. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- b. Q17 sebesar -0,438. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “konsumen merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- c. Q18 sebesar -0,712. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “jaminan penggantian makanan jika terjadi kesalahan”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- d. Q19 sebesar -1,550. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “tempat parkir yang aman”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Rendah atau Kurang Baik kualitas pelayanannya.
- e. Q20 sebesar -0,663. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “berjalannya protokol kesehatan sesuai dengan peraturan pemerintah”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

5. Emphaty (empati)

Pada dimensi Emphaty (Emphati) terdapat 4 atribut dengan kode Q21, Q22, Q23, dan Q24. Setelah melakukan perhitungan dengan rumus servqual didapatkan nilai kesenjangan pada tiap atribut dimensi Assurance yaitu:

- a. Q21 sebesar $-0,450$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “karyawan yang memberikan saran menu terbaik dan info tentang promo”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
 - b. Q22 sebesar $-0,462$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “karyawan yang menerima konsumen dengan sapa, senyum dan ramah”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
 - c. Q23 sebesar $-0,538$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “resto memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
 - d. Q24 sebesar $-1,075$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa atribut “perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan konsumen”, berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Rendah atau Kurang Baik kualitas pelayanannya.
6. Kesenjangan Tiap Dimensi
- Setelah mencari kesenjangan tiap atribut maka selanjutnya dilakukan perhitungan untuk menemukan nilai kesenjangan tiap dimensi kualitas pelayanan. Kesenjangan tiap dimensi dicari menggunakan cara menjumlahkan rata-rata tiap atribut dibagi dengan jumlah atribut. Hasil dari perhitungan kesenjangan tiap dimensi kualitas pelayanan yaitu
- a. dimensi *Tangible* dengan nilai rata-rata $-0,731$. Hal ini berarti sarana ataupun prasarana yang dimiliki pihak Resto Awan Bengi berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
 - b. dimensi *Reliability* dengan nilai rata-rata $-0,331$. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan melayani konsumen di Resto Awan Bengi berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

- c. dimensi *Responsivness* dengan nilai rata-rata $-0,483$. Hal ini menunjukkan kemudahan dalam mendapatkan respon berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- d. dimensi *Assurance* dengan nilai rata-rata $-0,740$. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan pelayanan yang diberikan terhadap konsumen berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
- e. dimensi *Empathy* dengan nilai rata-rata $-0,631$. Hal ini menunjukkan tingkat kepedulian yang diberikan pihak Resto Awan Bengi kepada konsumen berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.

Dari 5 dimensi kualitas *service quality* yang ada, secara keseluruhan kualitas pelayanan di resto awan bengi menunjukkan bahwa selisih atau gap antara harapan dan kenyataan yang dirasakan memiliki nilai rata-rata yang berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya. Hal ini berarti kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan yang diberikan resto awan bengi cukup baik. Namun dari 5 dimensi tersebut terdapat 4 atribut yang masih masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya.

4.5 Pembuktian Hipotesa

Berdasarkan hasil dari analisa *Service Quality* (SERVQUAL) pada penelitian ini bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen agar semakin meningkat. Dari hasil analisa dan perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dengan begitu dapat disimpulkan berdasarkan pendapat Parasuraman (1990) dalam tabel interval pengukuran selisih gap adalah 20 atribut masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya. Empat atribut tersebut

masuk kategori prioritas perbaikan yang artinya harus segera dilakukan perbaikan agar tidak mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Ada pun rekomendasi perbaikan untuk 4 atribut yang jadi prioritas perbaikan bagi Resto Awan Bengi agar kualitas pelayanan semakin meningkat dan lebih baik lagi adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi Fasilitas Pendukung yang Bersih dan Mumpuni:
 - Rutin melakukan pemeriksaan dan perawatan fasilitas seperti toilet, wastafel, dan tempat ibadah untuk memastikan kebersihan dan fungsionalitasnya.
 - Menerapkan jadwal pembersihan berkala dan memasang pengumuman yang mengingatkan staf dan pelanggan untuk menjaga kebersihan fasilitas.
- b. Ketersediaan Fasilitas Pendukung yang Memadai:
 - Memantau penggunaan AC, WiFi, dan musik audio untuk memastikan ketersediaan yang memadai sepanjang waktu.
 - Memperbarui peralatan dan teknologi yang digunakan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan perkembangan teknologi terbaru.
- c. Tempat Parkir yang Aman:
 - Peningkatan Fasilitas Parkir: Jika memungkinkan, lakukan perluasan tempat parkir agar konsumen tidak harus menggunakan bahu jalan untuk parkir. Pertimbangkan juga untuk menambahkan karyawan yang bertugas di tempat parkir, guna meningkatkan keamanan dan pengawasan.
- d. Perhatian Terhadap Kritik dan Saran Pelanggan:
 - Membangun sistem umpan balik yang efektif, seperti kotak saran atau formulir kritik dan saran di tempat atau melalui situs web restoran.
 - Menghimbau keseluruhan staf untuk merespons kritik dan saran pelanggan dengan sikap yang ramah dan sopan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisa yang dilakukan pada bab IV, dapat diperoleh kesimpulan seperti berikut:

1. Berdasarkan nilai skor Servqual Gap 5 yang dihitung dengan mengurangkan Skor Presepsi (P) dari Skor Ekspektasi (E) sebagaimana tercantum dalam Tabel 4.10, terhadap dimensi (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy) Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dengan begitu dapat disimpulkan berdasarkan pendapat parasuraman (1990) dalam tabel interval pengukuran selisih gap terdapat 20 atribut yang masuk kedalam kategori sedang atau cukup baik kualitas pelayanannya dan 4 atribut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya. dengan nilai rata-rata kesenjangan keseluruhan sebesar -0.583 nilai tersebut berdasarkan tabel interval pengukuran selisih gap masuk kedalam kategori Sedang atau Cukup Baik kualitas pelayanannya.
2. Dari perhitungan menggunakan rumus kesenjangan (gap) di peroleh nilai kesenjangan dari 24 atribut dari 5 dimensi kualitas pelayanan. Dapat diketahui bahwa terdapat 4 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu Q1, Q2, Q19, dan Q24. Dimana 4 atribut tersebut masuk kedalam kategori rendah atau kurang baik kualitas pelayanannya sehingga perlu dilakukan perbaikan agar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Resto Awan Bengi meningkat.
3. rekomendasi untuk memperbaiki atribut prioritas (Q1, Q2, Q19, dan Q24) adalah rutin melakukan pemeriksaan dan perawatan fasilitas seperti toilet, wastafel, dan tempat ibadah untuk memastikan kebersihan dan fungsionalitasnya, menerapkan jadwal pembersihan berkala dan memasang pengumuman yang mengingatkan staf dan pelanggan untuk menjaga

kebersihan fasilitas, memantau penggunaan AC, WiFi, dan musik audio untuk memastikan ketersediaan yang memadai sepanjang waktu, memperbarui peralatan dan teknologi yang digunakan agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan sesuai dengan perkembangan teknologi terbaru, peningkatan Fasilitas Parkir Jika memungkinkan, lakukan perluasan tempat parkir agar konsumen tidak harus menggunakan bahu jalan untuk parkir. Pertimbangkan juga untuk menambahkan karyawan yang bertugas di tempat parkir, guna meningkatkan keamanan dan pengawasan, membangun sistem umpan balik yang efektif, seperti kotak saran atau formulir kritik dan saran di tempat atau melalui situs web restoran, menghimbau keseluruhan staf untuk merespons kritik dan saran pelanggan dengan sikap yang ramah dan sopan.

5.2 Saran

Beberapa hasil pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka di ajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, adalah sebagai berikut:

1. Resto Awan Bengi harus secara teratur melakukan pengawasan terhadap layanannya guna mempertahankan tingkat keunggulan yang sudah ada, sekaligus terus memperbaiki kualitas layanan pada aspek-aspek yang masih mendapatkan penilaian rendah dari para konsumen atau belum memenuhi harapan mereka. Langkah ini dapat diimplementasikan dengan lebih teliti dalam memahami kebutuhan dan preferensi konsumen. Contohnya, peningkatan fasilitas, penjaminan suasana yang aman dan nyaman, pengurangan waktu pelayanan agar lebih cepat, akurat, dan tepat waktu, serta pemenuhan janji-janji pelayanan untuk meningkatkan tingkat kepuasan para konsumen di Resto Awan Bengi.
2. Penelitian selanjutnya bisa dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak sehingga hasil yang didapat bisa lebih baik dan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari (2019) *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. pertama. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA.
- Azhari, M. A. A., SW, C. and Irianti, L. (2015) 'Rancangan Produk Sepatu Olahraga Multifungsi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (Qfd)', *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 4(3), pp. 241–252.
- Baskoro, A. K., Marlyana, N. and Bernadhi, B. D. (2022) 'Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (Qfd)', *jurnal Teknik Industri (JURTI)*, 1(1), pp. 14–23. doi: 10.30659/jurti.1.1.14-23.
- Gunawan, A., Wahyuni, N. and Utami, A. S. (2020) 'Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pasien Rawat Jalan Di Krakatau Medika Hospital', *Journal of Integrated System*, 3(1), pp. 26–39. doi: 10.28932/jis.v3i1.2490.
- Gunawan, E., Sebastian, G. O. and Harianto, A. (2019) 'Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menginap DI Empat Virtual Hotel Operator DI SURABAYA', *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), pp. 145–153. doi: 10.17509/jithor.v2i2.20981.
- Khoiria, S. N. and US, K. A. (2021) 'Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi', *Transekonomika- Akuntansi Bisnis dan Keuangan*, 1(2), pp. 1–11. doi: 10.55047/transekonomika.v1i3.41.
- Khoiriyah, N., Marlyana, N. and Dian, S. (2013) 'Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Inap Dengan Metode SERVQUAL dan TRIZ (Studi Kasus Pada RSUD Ketileng Semarang)', *Prosiding Smart in Conjunction With TEKNOSIM*, pp. 73–78.
- Lubis, A. S. and Andayani, N. R. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam', *Journal of Business Administration*, 1(2), pp. 232–243. doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- Sinollah and Masruro (2019) 'Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual - Paraturaman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)', *Jurnal Dialektika*, 4(1), pp. 45–64. Available at: <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika/article/view/285/173>.

- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. 19th edn. Bandung: ALFABETA.
- Sukendar, I., Sugiyono, A. and Supardi, F. (2020) 'Analisis Biaya Kualitas Menggunakan Metode Activity Based Costing (Abc) Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)', *Applied Industrial Engineering Journal*, 4(1), pp. 20–28. doi: 10.33633/aiej.v4i1.4611.
- Syukri, S. H. A. (2014) 'Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisa GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja', *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), pp. 103–111.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2016) *Service Quality dan Satisfication*. 4th edn. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Utami, S. C. R. and Mulyaningsih, H. D. (2015) 'Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan (Studi Pada Giggle Box Café & Resto Bandung)', *e-proceeding of Management*, 2(3), pp. 3866–3873.
- Visaka and Farunik, C. G. (2021) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen', *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), pp. 104–114. doi: 10.55208/aj.v1i2.25.
- Wibisono, D. (2019) 'Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Menggunakan Matriks Importance Performance Analysis di Sekolah XYZ', *Jurnal Optimasi Teknik Industri*, 1(2), pp. 14–20. Available at: <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JOTI/article/view/4099>.
- Wibowo, S. and Mufliah, N. (2022) 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Di Sanjaya Fitnes Jombang', *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri Jurusan Teknik Industri*, 1(2), pp. 61–68. doi: 10.33752/invantri.v1i2.2324.
- Winarno, H. and Absor, T. (2018) 'Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering', *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 1(2), pp. 146–160. doi: 10.30988/jmil.v1i2.15.
- Yulianto, E. E., Djoko, S. and Satoto, H. F. (2018) 'Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual dan QFD Pada Restoran Carnis Surabaya', *Jurnal Teknik Industri*, pp. 1–14. Available at: <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/724>.
- Zikri, A. and Harahap, M. I. (2022) 'Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), pp. 923–926.