

**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
MENGINTEGRASIKAN METODE *SERVQUAL* (*SERVICE
QUALITY*) DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (*IPA*)**

(Studi Kasus: Cafe Living Space Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Melaksanakan Tugas Akhir
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Disusun Oleh :

Nama : Muhammad Rizqi Pratama

No. Mahasiswa : 13522156

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap sal ah satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis ini dan hak kekayaan intelektual , maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 15 September
2018



Muhammad Rizqi Pratama

13522156

SURAT KETERANGAN



LIVING SPACE CAFE YOGYAKARTA

Jl. Demangan Baru No. 1B, Yogyakarta

SURAT KETERANGAN

NOMOR:022/LVG/II/2018

Yogyakarta, 15 maret 2018

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Muhammad Rizqi Pratama
NIM : 13522156
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia
Program Studi : Teknik Industri

Bahwa pada tanggal 22 Februari 2018 sampai dengan 15 Maret 2018 telah melaksanakan tugas akhir di Living Space Cafe Yogyakarta dengan Judul : **ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGINTEGRASIKAN METODE SERVQUAL (SERVICE QUALITY) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

Demikian surat ini dilampirkan dan dapat digunakan sesuai fungsinya

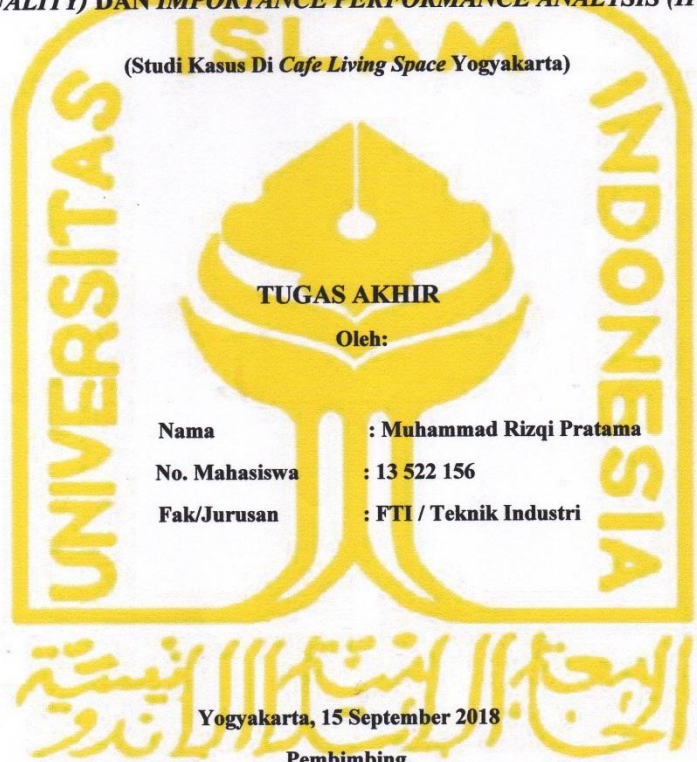
Yogyakarta, 15 maret 2018

Calvin Gunawan
Owner

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
MENINGTEGRASIKAN METODE *SERVQUAL* (*SERVICE
QUALITY*) DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (*IPA*)**

(Studi Kasus Di *Cafe Living Space* Yogyakarta)



TUGAS AKHIR

Oleh:

Nama : Muhammad Rizqi Pratama

No. Mahasiswa : 13 522 156

Fak/Jurusan : FTI / Teknik Industri

Yogyakarta, 15 September 2018

Pembimbing,

(Drs. R. Abdul Djatal, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
MENGINTEGRASIKAN METODE *SERVQUAL (SERVICE QUALITY)* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

(Studi Kasus Pada Cafe Living Space Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhammad Rizqi Pratama

No. Mahasiswa : 13522156

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat
 untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, 23 Oktober 2018

Tim Penguji

Drs. R. Abdul Djalal, MM.

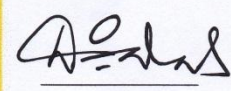
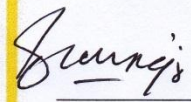
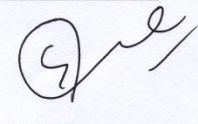
Ketua

Ir. Sunaryo M.P

Anggota I

Wahyudhi Sutrisno S.T., M.M.

Anggota II

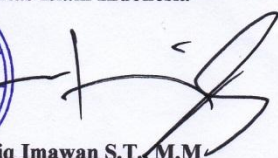
Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Dr. Taufiq Imawan S.T., M.M.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk bapak dr. Soeratno dan Ibu drh. Indarsyah Diana Zulfa sebagai kedua orangtua saya, adik saya Muhammad Mirza Dwitama dan Muhammad Rafi Tritama, serta sahabat-sahabat yang ada didekat saya dan keluarga Teknik Industri 2013 yang selalu memberi doa, dukungan dan semangat yang tiada hentinya.

Bapak R.Abdul Djalal yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberi pelajaran selama dalam masa perkuliahan ini hingga Tugas Akhir ini selesai. Semoga apa yang saya kerjakan setelah ini bisa memberi kebanggaan tersendiri bagi Bapak.

Terima kasih dan doa selalu ku ucapkan untukmu keluarga ku yang kucinta dan tersayang. Terima Kasih untuk semua semangat, ilmu, pengalaman, dan bantuannya yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT menjadikan kita semua hamba yang berilmu dan beramal soleh

Aamin

HALAMAN MOTTO

وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ ﴿٦﴾

*“Dan barang siapa berjihad, maka sesungguhnya jihadnya itu untuk dirinya sendiri.
Sungguh, Allah Mahakaya (tidak memerlukan sesuatu) dari seluruh alam”*

(Q.S Al Ankabut: 6)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan”

(Q.S Al insyirah: 6)

“Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat”

(HR. Muslim)

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan segala kenikmatan dan rahmat kepada seluruh hamba-Nya. Tak lupa sholawat serta salam senantiasa dihaturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah berjuang dan membimbing kita keluar dari kegelapan menuju jalan terang benderang untuk mengGapai ridho Allah SWT.

Dengan Rahmat dan Hidayah Allah SWT, Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode *SERVQUAL (SERVICE QUALITY) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan studi Strata-1 pada jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung, oleh sebab itu dengan penuh rasa syukur penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Muhammad Ridwan Andi Purnomo ST., M.Sc., Selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. R. Abdul Djalal, MM Selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing, memberikan solusi, saran, dan masukan dalam penyelesaian Tugas Akhir.
4. Kedua orang tuaku tercinta, yakni dr. Soeratno dan drh. Indarsyah Diana Zulfa yang telah membesar dengan selalu memberikan kasih sayang dan yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan do'a dan tiada do'a yang paling khusuk selain do'a yang terucap dari orang tua. Ucapan terima kasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian bapak ibuku.

5. Adik Muhammad Mirza Dwitama dan Muhammad Rafi Tritama tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan masukan
6. Calvin Gunawan selaku *Manager* dari *Cafe Living Space Yogyakarta* yang telah membantu melancarkan pengerjaan Tugas Akhir ini..
7. Keluarga Teknik Industri angkatan 2013 yang telah memberikan motivasi, inspirasi, dan selalu membantu untuk perjalanan kuliahku.
8. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian Tugas Akhir ini

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga laporan ini dapat digunakan sebagai mana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan, dan ilmu yang baru bagi semua pihak serta khususnya bagi penulis sendiri

Wassalamu'alaikumWarahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 15 September 2018

Muhammad Rizqi Pratama

13522156

ABSTRAK

Kedai Kopi atau cafe menjadi tujuan yang diminati terutama pada kalangan muda untuk berkumpul maupun untuk mengerjakan tugas. Kedai Kopi atau cafe yang berkembang saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan dan minuman yang diminati pelanggan namun juga menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan untuk bersantai bersama keluarga, teman, kerabat dan relasi bisnis. Kebutuhan akan makanan dan kenyamanan ini membuat bisnis jasa makanan semakin berkembang pesat. Kualitas layanan juga dipandang sangat penting dalam memasarkan produk saat ini supaya produk dapat diterima dengan baik di pasar. Penelitian ini dilakukan di Cafe Living Space Yogyakarta. Cafe Living Space Yogyakarta adalah salah satu kafe di Yogyakarta yang menyajikan berbagai fasilitas dan beragam menu untuk menarik para pelanggan. Konsep yang mereka ambil adalah konsep Cafe Minimalist. Pada penelitian ini akan mencoba mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Cafe Living Space Yogyakarta. Terdapat 20 atribut dalam penelitian ini, kemudian melalui kuesioner dengan menggunakan metode Sevqual untuk mengetahui nilai Gap terbesar dalam atribut kemudian diintegrasikan dengan metode IPA untuk melihat tingkat kepentingan pada tiap dimensi dan atribut. Atribut yang harus ditingkatkan adalah Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, wifi, Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya dan Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu Hasil penelitian berupa saran atau usulan terhadap atribut-atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan.

Kata kunci : *Coffe shop, Kualitas Pelayanan, Servqual, IPA*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
SURAT KETERANGAN	IV
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
HALAMAN PERSEMBAHAN	VI
HALAMAN MOTTO	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
ABSTRAK	X
DAFTAR ISI	XI
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR.....	XV
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 BATASAN MASALAH	4
1.4 TUJUAN PENELITIAN	4
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	4
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 KAJIAN INDUKTIF	7
2.2 KAJIAN DEDUKTIF.....	10
2.2.1 <i>Jasa</i>	10
2.2.2 <i>Kualitas pelayanan</i>	11
2.2.3 <i>Dimensi Kualitas</i>	11
2.2.4 <i>Kepuasan Pelanggan</i>	12
2.2.5 <i>Service Quality</i>	12
2.2.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	15
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
3.1 OBJEK PENELITIAN	17
3.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....	17

3.3 POPULASI DAN SAMPEL	17
3.4 SKALA LIKERT	18
3.5 IDENTIFIKASI VARIABEL PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN.....	18
3.6 JENIS DATA	20
3.7 METODE PENGUMPULAN DATA.....	21
3.8 ALAT PENGUMPULAN DATA	22
3.9 FLOW CHART PENELITIAN.....	24
3.10 PENJELASAN FLOW CHART PENELITIAN.....	26
3.11 PENGUJIAN ALAT UKUR.....	28
3.12 PENGOLAHAN DATA SERVICE QUALITY.....	31
3.13 ANALISIS DATA.....	31
BAB IV.....	32
4.1 PENGUMPULAN DATA	32
4.1.1 <i>Sejarah Perusahaan</i>	32
4.2 PENGOLAHAN DATA PROFIL RESPONDEN	34
4.3 UJI VALIDITAS	37
4.3.1 <i>Uji Validitas Harapan Pelanggan</i>	38
4.3.2 <i>Uji Validitas Persepsi Pelanggan</i>	40
4.4 UJI RELIABILITAS	42
4.5 PENGOLAHAN DATA <i>SERVQUAL</i>	46
4.5.1 <i>Tangibles (Bukti Fisik)</i>	46
4.5.2 <i>Reliability (Kehandalan)</i>	47
4.5.3 <i>Responsivness (Daya Tanggap)</i>	47
4.5.4 <i>Assurance (jaminan)</i>	48
4.5.4 <i>Empathy (Empati)</i>	48
4.5.6 <i>Nilai Gap dan Ranking Keseluruhan</i>	49
4.5.7 <i>Data Rangking GAP Keseluruhan</i>	51
4.6 DIAGRAM KARTESIUS	52
4.6.1 <i>Tangible (bukti Fisik)</i>	53
4.6.2 RELIABILITY.....	54
4.6.3 RESPONSIVENESS.....	54
4.6.4 ASSURANCE.....	55
4.6.5 EMPATHY	56
4.6.6 DIAGRAM KESELURUHAN DIMENSI.....	58
BAB V	62
BAB V PEMBAHASAN.....	62
5.1 ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN.....	62
5.2 PERHITUNGAN NILAI <i>SERQUAL (GAP)</i> PADA SETIAP ATRIBUT.....	62
5.2.1 <i>Analisis Tangible</i>	63
5.2.2 <i>Analisis Reliability</i>	64
5.2.3 <i>Analisis Responsivness</i>	66
5.2.4 <i>Analisis Assurance</i>	66
5.2.5 <i>Analisis Empathy</i>	68
5.3 ANALISIS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS.....	69

5.3.1 Kuadran A (Concentrate Here).....	70
5.3.2 Kuadran B (Keep Up The Good Work).....	70
5.3.2 Kuadran C (Low Priority).....	71
5.3.3 Kuadran D (Possible Overkill).....	72
BAB VI.....	73
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	73
6.1 Kesimpulan.....	73
6.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel penelitian terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Dimensi dan atribut Pelayanan.....	18
Tabel 3.2 Tabel atribut setelah dilakukannya proses konsultasi dengan manajemen.....	22
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Harapan.....	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kenyataan.....	38
Tabel 4.3 Tingkat Realibilitas.....	41
Tabel 4.4 Uji Realibilitas Harapan.....	41
Tabel 4.5 Uji Realibilitas Kenyataan.....	42
Tabel 4.6 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi Tangible.....	45
Table 4.7 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi Reliability.....	46
Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan pelanggan terhadap dimensi Responsivness.....	46
Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi Assurance.....	47
Tabel 4.10 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi Emphaty.....	48
Tabel 4 1 Nilai <i>Gap</i> Keseluruhan Dimensi.....	49
Tabel 4.12 Data Ranging <i>Gap Service Quality</i>	52
Tabel 4.13 Kuadran keseluruhan dimensi.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Konseptual Servqual	14
Gambar 2.2 Diagram Kartesius.....	16
Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian.....	24
Gambar 3.2 Flowchart Penelitian (lanjutan).....	25
Gambar 4.1 Diagram Profil Jenis Kelamin Responden.....	33
Gambar 4.2 Diagram Profil Usia Responden.....	34
Gambar 4.3 Diagram Frekuensi Kedatangan pelanggan.....	35
Gambar 4.4 Diagram Kartesius pada dimensi <i>Tangible</i>	68
Gambar 4.5 Diagram Kartesius pada dimensi <i>Reliability</i>	69
Gambar 4.6 Diagram Kartesius pada dimensi <i>Responsivness</i>	70
Gambar 4.7 Diagram Kartesius pada dimensi <i>Assurance</i>	71
Gambar 4.8 Diagram Kartesius pada dimensi <i>Emphaty</i>	72
Gambar 4.9 Diagram Kartesius dari seluruh dimensi <i>Servqual</i>	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini, persaingan dalam bisnis menjadi semakin ketat yang menuntut perusahaan untuk lebih cermat dan sigap menanggapi pasar. Hal ini mengakibatkan meningkatnya standar pelayanan pada sebuah perusahaan yang bersaing ketat dengan perusahaan lain. Berbagai jenis usaha dalam bidang makanan seperti *cafe*, restoran dan tempat-tempat kuliner lainnya.

Kedai Kopi atau *cafe* menjadi tujuan yang diminati terutama pada kalangan muda untuk berkumpul maupun untuk mengerjakan tugas. Di Yogyakarta sudah banyak sekali *coffe Shop* yang beredar. Hal ini didukung pernyataan Ranu Prasetyo manager Ralali.com yang dikutip (Jatengpos.com, 2017) pada tahun 2017, jumlah kedai kopi di Yogyakarta yang sudah mencapai 1.200 kedai. Berbagai konsep kedai kopi yang ada di Yogyakarta adalah hal yang menarik untuk para konsumen.

Kedai Kopi atau *cafe* yang berkembang saat ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan dan minuman yang diminati pelanggan namun juga menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan untuk bersantai bersama keluarga, teman, kerabat dan relasi bisnis. Kebutuhan akan makanan dan kenyamanan ini membuat bisnis jasa makanan semakin berkembang pesat. Kualitas layanan juga dipandang sangat penting dalam memasarkan produk saat ini supaya produk dapat diterima dengan baik di pasar. Kualitas pelayanan dan juga strategi dalam memasarkan produk untuk menarik minat konsumen juga harus diperhatikan. Bentuk pelayanan jasa sangatlah penting untuk diperhatikan karena para konsumen menuntut tingkat pelayanan yang tinggi dari jasa yang diberikan. Jasa merupakan aktivitas manfaat atau kepuasan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain (Donoriyanto, 2012)

Cafe Living Space Yogyakarta adalah salah satu kafe di Yogyakarta yang menyajikan berbagai fasilitas dan beragam menu untuk menarik para pelanggan. *Cafe Living Space Yogyakarta* memiliki konsep dekorasi yang menarik. Konsep yang mereka ambil adalah konsep *Cafe Minimalist*. *Cafe Living Space Yogyakarta* mempunyai menu spesial atau *Signature* seperti kafe lain baik makanan maupun minuman. Pihak *Cafe Living Space Yogyakarta* belum pernah melakukan survey tentang kualitas pelayanan mereka. Respon yang dimaksud adalah apakah konsumen puas atau tidak dengan pelayanan yang terdapat di *Cafe Living Space Yogyakarta*.

Penelitian ini dilakukan karena adanya permasalahan pada segi penjualan yang mengalami penurunan dalam 6 bulan terakhir pada tahun 2018 ini. Hal ini besar kemungkinan terjadi karena kualitas pelayanan pada *Cafe Living Space Yogyakarta* masih belum cukup baik. *Cafe Living Space Yogyakarta* perlu melakukan perbaikan untuk kualitas pelayanan, hal ini sangat mempengaruhi kepuasan serta kesetiaan pengunjung terhadap *Cafe Living Space Yogyakarta*. Oleh karena itu, baik atau buruknya kualitas tergantung pada pelayanan yang diberikan, sehingga perlu diketahui sejauh mana *Cafe Living Space Yogyakarta* tersebut dapat memenuhi ekspektasi atau standar dari pelanggan atau konsumen.

Peneliti akan meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana metode *Servqual* berfungsi sebagai parameter kesenjangan (gap) antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan *Living Space Yogyakarta*. Selanjutnya output dari *Service Quality* akan disaring untuk digunakan sebagai input dari IPA dalam diagram kartesius yang bertujuan untuk memperjelas apa saja atribut yang bisa dijadikan prioritas, sehingga didapatkan atribut apa saja yang seharusnya dibutuhkan dan ditingkatkan terkait dengan kualitas pelayanan.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendapatkan deskripsi dan persepsi kepuasan pelanggan yang ada di Kafe serta mengevaluasi dan memperbaiki kinerja atribut-atribut terhadap pelayanan yang diberikan dalam meningkatkan kualitas dalam segi pelayanan yang diberikan oleh *Cafe Living Space Yogyakarta*. Dengan menggunakan metode

Service Quality dan *Importance Performance Analysis* untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Kafe tersebut, maka dari itu diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan solusi dan prioritas perbaikan berdasarkan hasil yang didapatkan melalui penilaian persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelayanan di *Cafe Living Space Yogyakarta*?
2. Faktor pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan pada *Cafe Living Space Yogyakarta* untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan tidak terlalu meluas perlu difokuskan dan diberikan batasan yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di *Cafe Living Space Yogyakarta*
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality* dan *IPA*
3. Penelitian ini dilakukan dengan memberikan output berupa rekomendasi.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh dan tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan jasa di *Cafe Living Space Yogyakarta*
2. Mengetahui atribut dan usulan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan *Cafe Living Space Yogyakarta*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Dengan diterapkan sistem kualitas yaitu *service quality* terhadap industri jasa diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perusahaan dalam memberikan masukan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Mampu memberikan usulan untuk perusahaan dalam meningkatkan *service quality* bagi pelanggannya.
3. Penelitian ini dapat membantu melalui masukan-masukan yang didapatkan dari hasil penelitian ini. Masukan-masukan tersebut merupakan usulan perbaikan pelayanan, dengan adanya perbaikan pelayanan, maka kualitas akan meningkat dan diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen dan pemilik perusahaan.
4. Mampu menguasai penggunaan integrasi antara *Service Quality* dan *importance performance Analysis* untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terhadap perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pada penulisan Tugas Akhir ini sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa peneliti ini diangkat, selain itu juga permasalahan yang akan diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulis.

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

Berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar teori yang mendukung kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apa saja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang telah dibuat.

BAB IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB V. PEMBAHASAN

Membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan pada saat pengolahan data untuk selanjutnya dapat menghasilkan suatu kesimpulan dan saran.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian. Selain itu juga terdapat saran atau masukan-masukan yang perlu diberikan, baik terhadap peneliti sendiri maupun peneliti selanjutnya yang dimungkinan penelitian ini dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Induktif

Kajian induktif adalah ilmu pengetahuan yang didapatkan dari fakta atau hasil penelitian yang terdahulu baik yang telah dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang berhubungan dengan penelitian ini, baik itu persamaan dalam hal metode yang digunakan maupun tujuan penelitian.

Pada jurnal yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung” (Melati & Madiawati, 2015) pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui harapan, kinerja, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirtawening kota Bandung dan mengetahui aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis), maka atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Kinerja kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening Kota Bandung berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori “baik” karena memiliki persentase sebesar 70.168 % . Tingkat kepuasan pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung adalah sebesar 0.78 berdasarkan hasil analisis indeks kepuasan konsumen nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan berada dalam kriteria “tidak puas”, karena tingkat kepuasan ini mengacu pada hasil perhitungan IPK yang membandingkan antara kinerja aktual perusahaan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang di berikan. Aspek item yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan pelayanan oleh PDAM Tirtawening Kota Bandung yaitu kemudahan dalam pengajuan keluhan pelayanan bagi pelanggan, ketetapan waktu menangani keluhan pelanggan di loket dan di lapangan, kedisiplinan

petugas saat melayani di loket dan di lapangan, kepedulian petugas di loket dan di lapangan terhadap pelanggan, kemampuan petugas melayani pelanggan dengan baik di loket dan lapangan, petugas di loket dan di lapangan bersikap ramah, sopan, tertib, dan rapi dalam memberikan pelayanan, seragam, identitas pegawai, mobil operasional, dan peralatan penunjang, tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisingan pencahayaan) dan kebersihan.

Pada penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero)” (Ong & Pambudi, 2014), pada penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan pada SBU laboratory Cibitung PT Sucofindo (persero). Berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan yang telah dilakukan yang meliputi variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, product quality, dan price dapat diketahui tiga item terbaik yaitu: Karyawan PT Sucofindo berpenampilan rapi dan professional, Fasilitas gedung PT Sucofindo rapi / bersih, dan Karyawan PT Sucofindo melayani dengan baik Dengan analisis Importance Performance Analysis (IPA) maka dapat diketahui masih terdapat 13 hal yang harus ditingkatkan kedepannya. Akan tetapi masih ada kesalahan yang disebabkan oleh pelanggan misalnya keterlambatan pengiriman sampel, keterlambatan pembayaran, kesalahan pengisian identitas dsb yang menyebabkan keterhambatan pengerjaan.

Penelitian dengan Judul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)” (Mardikawati & Farida, 2013), Pada penelitian ini memiliki tujuan mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bus Efisiensi. Populasi adalah seluruh penumpang bus efisiensi. Sampel adalah penumpang bus efisiensi yang menggunakan bus efisiensi lebih dari 3 kali dalam tiga bulan terakhir, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitas. Kesimpulan penelitian ini adalah (1) responden puas terhadap layanan bus efisiensi; (2) semakin baik kualitas layanan yang diberikan PO Efisiensi; (3) responden yang merasa puas ketika menggunakan jasa bus efisiensi, akan memberikan dasar

hubungan jangka panjang bagi mereka terhadap perusahaan; (4) pelanggan akan membentuk harapan terhadap nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, dan mereka memperhitungkan dan mengevaluasi penawaran yang memberikan nilai tertinggi; (5) Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Penelitian dengan judul "Pengukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode *SERVQUAL* dan *TRIZ*" (Pancawati & Rukmana, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelayanan jasa surat dan paket PT Pos Indonesia, mengukur tingkat kepuasan pelanggan, menentukan prioritas perbaikan terhadap kualitas pelayanan dan merancang perbaikan pelayanan jasa surat dan paket menggunakan metode *TRIZ*. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 8 kriteria yang memiliki nilai penilaian di bawah rata-rata dan harus dilakukan perbaikan. Dari hasil analisis *TRIZ* diperoleh 8 usulan perbaikan atau peningkatan kualitas antara lain : mengganti tempat duduk dengan desain dan ukuran yang tidak terlalu besar dan tidak menggunakan sandaran, mengganti papan informasi menggunakan *LCD*, meletakkan sertifikat keamanan dan jaminan keamanan surat dan paket dari lembaga terpercaya, mengoptimalkan kinerja petugas di setiap bagian, membersihkan meja pengemasan agar rapi, mengurutkan bagian sesuai alur dan proses.

Pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping" (Lubis, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. Teknik pengambilan data ini dengan kuisioner yang dikuantifisir dengan skala likert. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua variable kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. Pengujian regresi berganda menunjukkan koefisien tangible sebesar 0,311, koefisien reliability sebesar 0,156, koefisien responsiveness sebesar 0,212, assurance sebesar 0.198 da koefisien emphaty sebesar 0,195. Penemuan ini sesuai dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya pada objek yang berbeda.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Metode
1	(Melati & Madiawati, 2015)	2015	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung	Importance Performance Analysis (IPA)
2	(Ong & Pambudi, 2014)	2014	Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero)	Importance Performance Analysis (IPA)
3	(Mardikawati & Farida, 2013)	2013	Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)	Service Quality
4	(Dini Pancawati, Nugraha, dan Otong Rukmana, 2012)	2012	Pengukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>TRIZ</i>	Service Quality dan <i>TRIZ</i>
5	(Lubis, 2017)	2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping	Service Quality

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Jasa

Menurut Kotler dalam (J.Supranto, 2006), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bisa dibawa ke pelanggan ataupun sebaliknya, sehingga pelanggan menjadi faktor penting dari ketidapastian yang akan dikendalikan.

Menurut (Wijaya, 2011) menjelaskan bahwa terdapat 4 karakteristik jasa yaitu:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud, untuk mengurangi ketidakpastian, pelanggan akan mencari hal yang pasti. Oleh karena itu pelanggan akan menilai jasa tersebut berdasarkan apa yang mereka lihat dan rasakan.

2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa merupakan kegiatan yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat variatif, tergantung siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan. Biasanya pelanggan menyadari akan variasi jasa yang ada sehingga adanya pemilihan dalam memutuskan jasa tersebut.

4. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa bersifat mudah lenyap sehingga tidak bertahan dalam waktu lama dan tidak berpengaruh jika permintaan tetap tetapi jika permintaan berfluktuatif akan menyebabkan permasalahan yang kompleks perusahaan.

2.2.2 Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono) Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

2.2.3 Dimensi Kualitas

Menurut (Wijaya, 2011), untuk memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap jasa yang berkualitas bisa diperoleh dalam atribut-atribut kualitas yang dimana terdapat beberapa dimensi kualitas, antara lain:

1. Kinerja

Kinerja atau performa merupakan tingkat konsistensi dari sebuah produk ataupun jasa.

2. Keindahan

Estetika berhubungan erat dengan penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.

3. Reliabilitas

Probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.

4. Kualitas kesesuaian

Ukuran mengenai apakah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang ditetapkan.

2.2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut (Yamit, Manajemen Kualitas Produk & Jasa (Vol. Edisi Pertama), 2010) kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Karenanya, dapat dikatakan bahwa hasil yang dirasakan pelanggan dengan harapan pelanggan adalah sama atau melebihi harapan.

2.2.5 Service Quality

Menurut (Wijaya, 2011) menjelaskan bahwa servqual merupakan salah satu faktor yang mampu menentukan kepuasan pelanggan dan terdapat lima dimensi pelayanan kesenjangan yang berisi tentang adanya ketidaksesuaian antara persepsi dengan harapan pada sebuah pelayanan.

Servqual merupakan sebuah metode untuk membantu perusahaan agar lebih memahami persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang telah

diberikan. Servqual ini digunakan untuk menghitung gap antara persepsi terhadap jasa dan nilai ekspektasi. Berikut adalah nilai persamaannya:

$$Q = P (\textit{Perceived service}) - E (\textit{Expected service})$$

Keterangan:

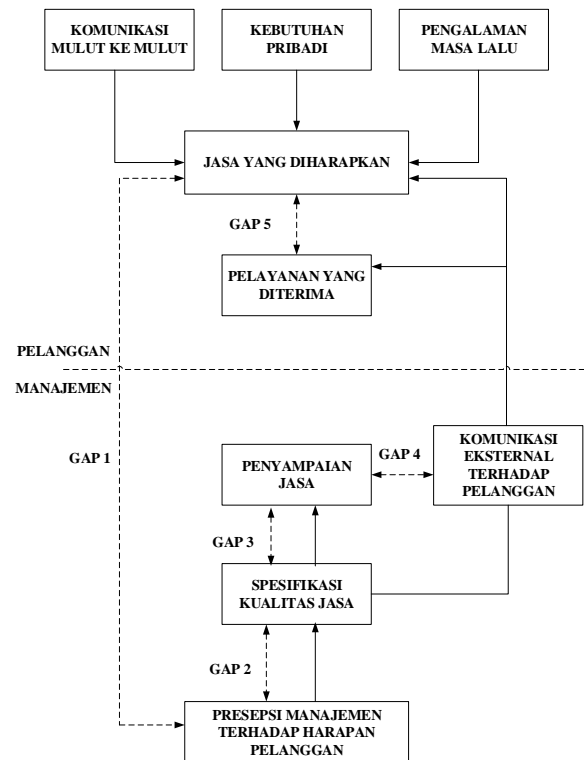
Q = Kualitas pelayanan (*Quality of Service*)

P = Persepsi terhadap sebuah pelayanan

E = Harapan dari sebuah pelayanan.

Di dalam *Service Quality* terdapat lima kesenjangan (gap) yang mengakibatkan gagalnya sebuah penyampaian jasa tersebut, yaitu:

1. Kesenjangan antara pengharapan pelanggan dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu merasakan dengan tepa tapa yang diinginkan oleh pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mampu membaca keinginan dari pelanggan, akan tetapi tidak adanya menciptakan standar kinerja yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Kurangnya pelatihan terhadap karyawan atau banyak dari karyawan yang tidak memenuhi pekerjaan dalam terlalu banyak tanggung jawab yang diberikan terhadap tiap karyawan dengan standar yang bertentangan.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal. Harapan dari pelanggan yang dipengaruhi oleh iklan sebuah perusahaan
5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.
Kesenjangan ini terjadi ketika pelanggan mengukur kinerja pada perusahaan dengan cara yang berbeda dan salah menilai terhadap kualitas jasa tersebut.



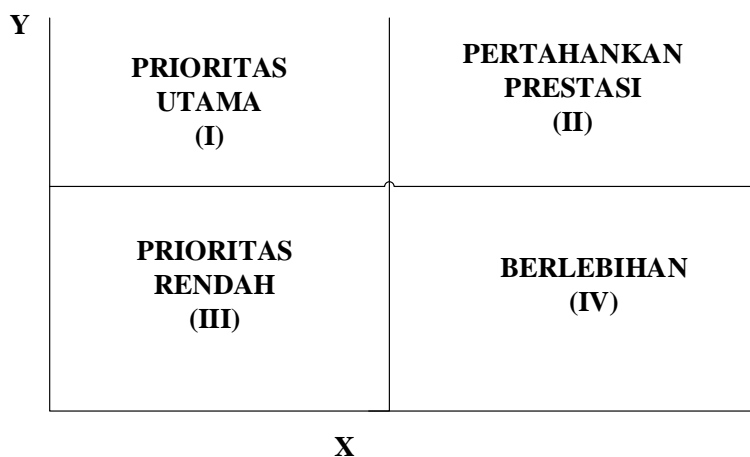
Gambar 2.1 Model Konseptual Servqual

Menurut Tjipto & Diana dalam (Wijaya, 2011) untuk menerapkan konsep Service Quality terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*)
Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Tanggapan/Kepedulian (*Responsiveness*)
Keinginan dari karyawan untuk memberikan bantuan dan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dengan cepat dan mampu peduli terhadap keluhan serta harapan dari seorang pelanggan.
3. Jaminan Kepastian (*Assurance*)
Berbagai kemampuan yang dimiliki oleh karyawan untuk memberikan rasa aman dari resiko, bahaya, bahkan keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap yang mampu dipercaya oleh pelanggan.
4. Empati (*Emphaty*)
Perilaku karyawan mampu memberikan perhatian kepada pelanggan, mampu berkomunikasi yang baik dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan secara personal.
5. Berwujud (Tangible)
Merupakan wujud bentuk fisik yang mampu dinikmati oleh pelanggan seperti fasilitas, peralatan, pegawai, maupun sarana informasi dan komunikasi.

2.2.6 Importance Performance Analysis

Menurut (Wijaya, 2011) mengatakan bahwa salah satu metode untuk meneliti kualitas dan kepuasan pelanggan di industri jasa pelayanan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode ini bertujuan untuk menunjukkan kepentingan dari berbagai atribut terhadap kinerja sebuah organisasi ataupun perusahaan. IPA merupakan kombinasi dari dimensi ekspektasi dan kepentingan. Seperti yang dikemukakan oleh Johan & Jati (2014), Sumbu X mewakili nilai persepsi sedangkan untuk sumbu Y mewakili nilai harapan. Sehingga output dari IPA ini adalah sebuah diagram yang terbagi menjadi empat kuadran yang disebut dengan Diagram Kartesius, seperti gambar dibawah ini:



Gambar 2.2 Diagram Kartesius

Terdapat empat kuadran di dalam diagram kartesius yaitu:

1. Prioritas Utama (Kuadran I)

Terdapat faktor-faktor penting yang diharapkan oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya kinerja perusahaan dinilai belum mampu memuaskan pelanggan pada sektor ini sehingga perusahaan masih perlu berkonsentrasi untuk fokus dalam meningkatkan performa pada kuadran ini.

2. Pertahankan Prestasi (Kuadran II)

Banyaknya faktor yang dianggap penting serta diharapkan pelanggan sebagai penunjang kepuasan pelanggan sehingga perusahaan mampu mempertahankan kinerja yang telah dibangun.

3. Prioritas Rendah (Kuadran III)

Terdapat berbagai faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi yang rendah dan tidak terlalu penting serta tidak terlalu diharapkan pelanggan. Perusahaan tidak perlu memberikan prioritas terhadap faktor-faktor pada kuadran ini.

4. Berlebihan (Kuadran IV)

Banyak hal yang tidak terlalu penting dan tidak banyak diharapkan pelanggan dengan harapan perusahaan tidak perlu terfokus pada kuadran ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Cafe Living Space Yogyakarta beralamat di Jl. Demangan Baru no. 1B, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Objek pada penelitian ini adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada. Objek dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan.

3.2 Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi masalah yaitu dalam menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan di Cafe Living Space Yogyakarta. Selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui atribut atau faktor apa saja yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi menurut (Nasution, 2003) adalah keseluruhan dari objek yang ingin diteliti serta populasi yang ingin diteliti harus di definisikan dengan jelas. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Café Living Space Yogyakarta. Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian yang digunakan akan mewakili dari jumlah populasi yang ada.

3.4 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat negative sampai sangat positif (Sugiyono, 2010). Menggunakan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini :

1. Sangat Tidak Puas
2. Tidak Puas
3. Kurang Puas
4. Puas
5. Sangat Puas

3.5 Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Pelayanan

Penulisan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan hasil observasi langsung di lapangan dengan melihat dan merasakan keadaan langsung, selain itu juga dengan melakukan wawancara terhadap Living Space Cafe.

Tabel 3.1 Dimensi dan Atribut Pelayanan

No	Pernyataan
Dimensi Tangible (Bukti Fisik)	
1	Memiliki area parkir yang cukup luas
2	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)
3	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik
4	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi
Dimensi Reliability (Kehandalan)	
5	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian
6	Kesesuaian menu yang disajikan
7	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)
8	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)
Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)	
9	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan

- 10 Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer
- 11 Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu
- 12 Ketersediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu

Dimensi Assurance (Jaminan)

- 13 Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya
- 14 Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu
- 15 Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu
- 16 Jaminan kehalalan produk

Dimensi Emphaty (Empati)

- 17 Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen
- 18 Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen
- 19 Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami
- 20 Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Observasi

Saat melakukan observasi peneliti melihat keadaan lingkungan kerja serta fasilitas pelayanan yang ada di Café Living Space Yogyakarta dan melihat karyawan dalam melayani pelanggan yang ada.

2. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara dengan pelanggan yang telah menggunakan jasa pelayanan pada Living Space untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan secara langsung

3. Kuisisioner

Kuisisioner digunakan untuk mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang sudah ada dan mengetahui harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan didapatkan kedepannya. Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul peneliti akan mengolah data-data tersebut dengan menggunakan metode *Service quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

3.6 Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ada 2 jenis: data primer dan data sekunder.

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung. Pada penelitian ini data primer merupakan data yang diperoleh dari wawancara serta memberikan kuisisioner kepada pelanggan serta melakukan observasi terhadap pelayanan yang sudah ada.
- b. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari kepustakaan seperti referensi ilmiah atau jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini selain itu data sekunder yang didapatkan dari perusahaan merupakan data yang berupa profil perusahaan, struktur organisasi, dan lain-lain.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Pustaka

Teknik penelitian studi pustaka dimaksudkan untuk memperoleh data kepustakaan, dengan cara mempelajari, mengkaji, serta memahami literatur yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Kegunaan penelitian kepustakaan adalah untuk memperoleh dasar-dasar teori yang dapat digunakan sebagai landasan teori dalam menganalisis masalah yang diteliti, serta sebagai data pendukung yang berfungsi sebagai landasan teori guna mendukung data primer.

2. Penelitian Lapangan

Teknik penelitian lapangan ini dilakukan atau dilaksanakan peneliti untuk meninjau secara langsung subjek penelitian dengan maksud memperoleh data primer observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian hal itu dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan secara aktual.

3.8 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yaitu dengan kuisisioner dan wawancara. Menurut (Sugiyono, 2010) kuisisioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisisioner. Teknik ini merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Kuisisioner yang digunakan berisi pertanyaan atribut-atribut yang didapatkan melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti dan dikonsultasikan oleh pihak manajemen cafe Living Space Yogyakarta

Tabel 3.2 Tabel atribut setelah dilakukannya proses konsultasi dengan manajemen

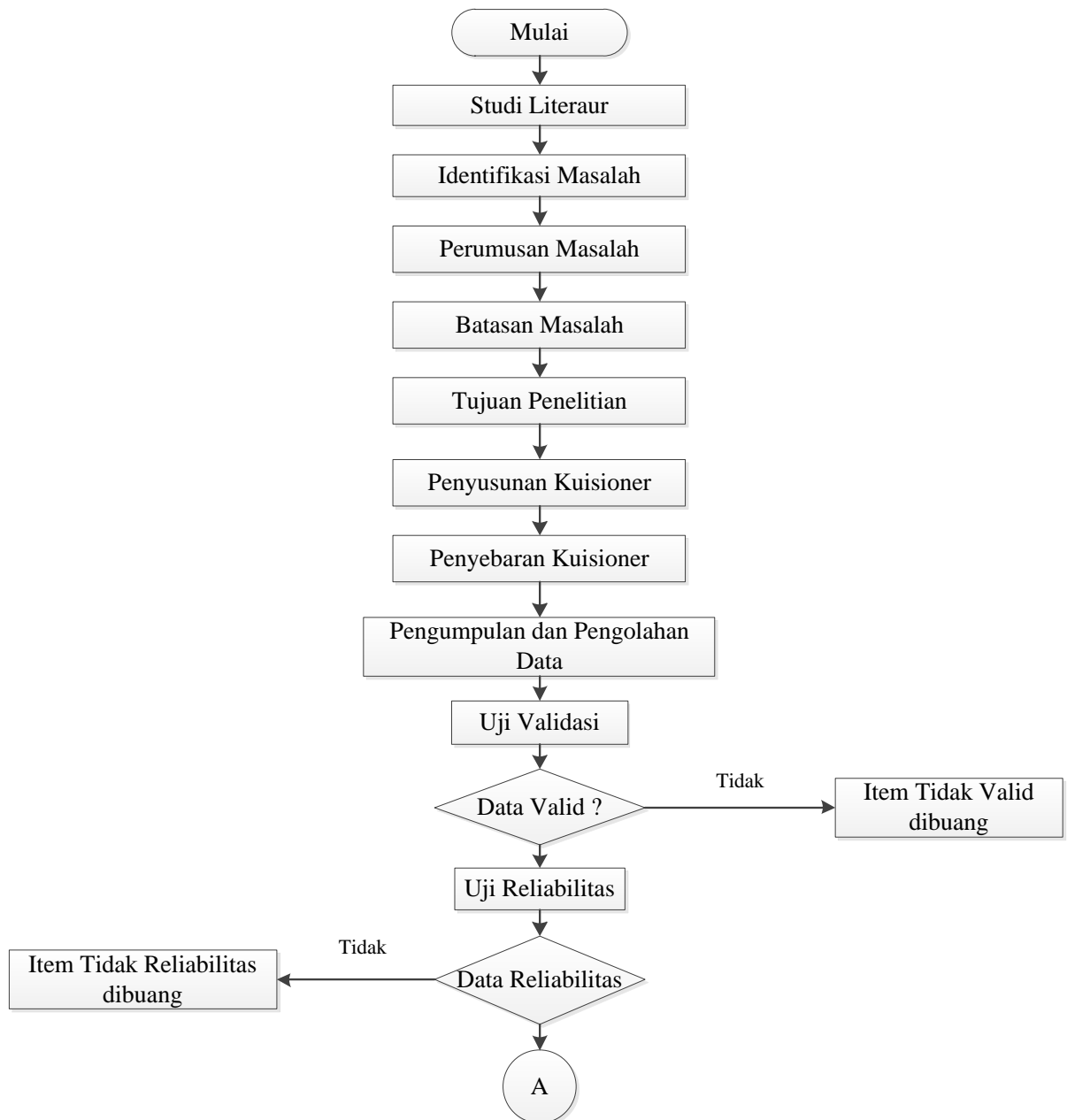
No	Pernyataan
Dimensi Tangible (Bukti Fisik)	
1	Memiliki area parkir yang cukup luas
2	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)
3	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik
4	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi
Dimensi Reliability (Kehandalan)	
5	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian
6	Kesesuaian menu yang disajikan
7	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)
8	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)
Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)	
9	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan
10	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer
11	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu
12	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu
Dimensi Assurance (Jaminan)	
13	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya
14	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu

- 15 Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu
- 16 Jaminan kehalalan produk

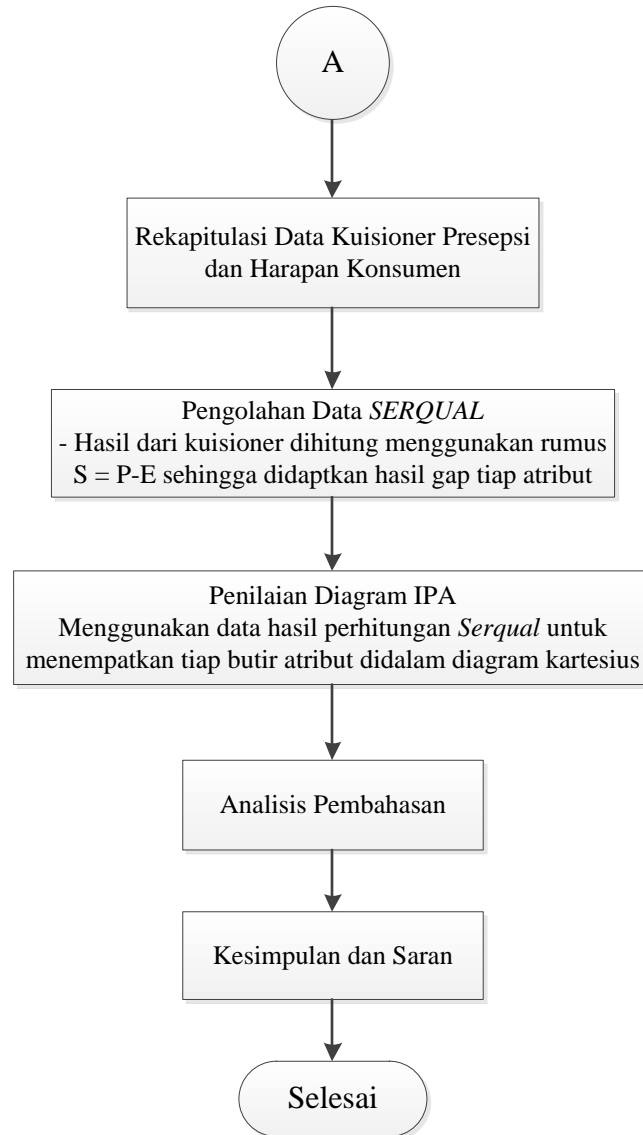
Dimensi *Emphaty* (Empati)

- 17 Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen
- 18 Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen
- 19 Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami
- 20 Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”

3.9 Flow Chart Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan)

3.10 Penjelasan Flow Chart Penelitian

1. Mulai

Pada tahap ini adalah langkah pertama untuk mempersiapkan segala hal yang ingin disiapkan serta kegiatan yang berkaitan dengan penelitian. Studi Lapangan Dilakukan sebelum melakukan penelitian lebih lanjut untuk peneliti mengetahui keadaan awal pada perusahaan dengan menggunakan cara observasi maupun wawancara. Output yang didapatkan dari studi lapangan adalah data primer maupun data sekunder yang berhubungan dengan perusahaan yang diteliti. Data-data yang didapatkan akan dijadikan bagian untuk menganalisis penelitian ini.

2. Studi Literature

Kajian Literatur untuk menambah referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Salah satunya adalah mencari referensi dari jurnal maupun buku yang berhubungan dengan penelitian.

3. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini memiliki tujuan untuk menganalisis kondisi perusahaan dan mengidentifikasi permasalahan apa yang mungkin terjadi dan berhubungan dengan metode yang telah dipelajari.

4. Perumusan Masalah

Setelah mengetahui kondisi perusahaan, maka dapat ditentukan topik permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini. Permasalahan yang diangkat dari penelitian ini dapat dilihat pada perumusan masalah, dilakukan untuk merumuskan permasalahan apa yang akan diamati dan dianalisa dalam penelitian. Perumusan masalah yang diteliti mengacu pada latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya. Berdasarkan rumusan masalah yang jelas, maka diharapkan pada saat melakukan penelitian baik permasalahan maupun obyek yang diteliti tidak akan mengalami perluasan maupun perubahan.

5. Batasan Masalah

Pada tahap ini agar penelitian ini dapat terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan batasan-batasan sebagai berikut : Tempat penelitian ini adalah Living Space cafe, Penentuan tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis*, Responden merupakan pelanggan atau konsumen yang pernah ke Cafe Living Space Yogyakarta, Pengambilan data menggunakan kuisioner.

6. Tujuan Penelitian

Penetapan tujuan ini dimaksudkan untuk memberi masukan atau rekomendasi bagi pihak perusahaan, sehingga penerapannya dapat berguna bagi perusahaan. Perincian tujuan dapat dilihat di dalam bab I. Langkah ini dilakukan untuk menentukan tujuan apa yang ingin dicapai dalam penelitian. Penentuan tujuan penelitian ini berfungsi untuk memberikan arahan dalam pelaksanaan penelitian secara keseluruhan, dengan demikian penelitian akan lebih terarah pada kerangka yang telah dibuat, sehingga tujuan dari penelitian ini benar-benar tercapai.

7. Pembuatan Kuisisioner

Pembuatan kuisisioner ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat harapan yang ada pada pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ada.

8. Penyebaran Kuisisioner

Setelah melakukan penyusunan kuisisioner berupa variabel-variabel faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, maka kuisisioner tersebut diberikan kepada responden yang merupakan pelanggan dari perusahaan.

9. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner, maka kuisisioner tersebut dikumpulkan dan diolah agar mengetahui variabel-variabel faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

10. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa akurat suatu alat pengukur melakukan fungsi ukurnya. Dalam hal ini bila validitas suatu variabel semakin tinggi, maka uji tersebut semakin mengenai sarannya dan semakin menunjukkan apa yang harus ditunjukkannya.

11. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dalam hal ini keandalan dapat diartikan, meski variabel-variabel dalam kuisisioner ditanyakan pada beberapa responden yang berbeda, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk variabel tersebut. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama

12. Rekapitulasi Kuesioner

Pada tahap ini mengumpulkan data hasil dari jawaban responden setelah melalui uji validitas dan reliabilitas kemudian merekap data untuk dilanjutkan ketahap pengolahan data.

13. Pengolahan Data Servqual

Setelah data penilaian tingkat kepuasan pengunjung diuji validitas dan reliabilitasnya, selanjutnya data diolah dengan tahap metode *serqual*.

14. Penilaian Diagram IPA

Pengolahan Data *servqual* akan menghasilkan nilai gap atau kesenjangan kemudian di masuk kan kedalam diagram *Importance Performance Analysis* dimana pada diagram tersebut terdapat 4 kuadran yang nantinya akan dianalisis.

15. Analisa dan Pembahasan

Selanjutnya dilakukan analisis secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan yang merupakan masukan bagi perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan bagi pihak perusahaan.

16. Kesimpulan dan Saran

Dari hasil analisis tersebut kemudian diambil kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diberikan rekomendasi atau masukan dan juga saran-saran yang dapat menjadi masukan bagi pihak perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya.

3.11 Pengujian Alat Ukur

Proses dalam pengujian alat ukur dapat dilakukan dengan :

1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah cukup atau tidak untuk mewakili suatu populasi, dengan melakukan perhitungan data , maka diketahui berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan. Dengan menggunakan

tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian dengan perhitungan rumus sebagai berikut

Dalam penelitian ini, , maka jumlah sampel yang akan diteliti mengikuti rumus di bawah ini:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{Z \frac{\alpha}{2}}{E} \right)^2$$

Di mana:

n : Jumlah sampel

$Z \frac{\alpha}{2}$: Batas luar daerah. Nilai $Z \frac{\alpha}{2}$ adalah sebesar 1,64. Angka ini didapat dari tabel Z,

E : Kesalahan maksimum yang mungkin dialami.

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5% dan kesalahan maksimum yang mungkin dialami (E) adalah sebesar 10% sedangkan deviasi standar rata-ratanya tidak diketahui, maka besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$n = \frac{1}{4} \left(\frac{1.64}{0.1} \right)^2 = 67,24 = 68$$

Berdasarkan rumus di atas, , maka jumlah sampelnya adalah 68 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan sampel mudah (*convenience sample*) yaitu peneliti memilih responden berdasarkan kemudahan atau kebetulan saat menemui konsumen

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing – masing pertanyaan pada kuesioner yang telah disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap butir pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk satu variabel.

Hasil pengujian valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dihitung menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Sumber : (Somantri & Muhidin, 2006)

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X : Skor item

Y : Skor total

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban dari seseorang terhadap pertanyaan – pertanyaan tersebut tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan alat, yaitu *software SPSS*. Berikut rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

(Nurdiyanti, 2011)

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_i = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

3.12 Pengolahan Data Service Quality

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual* :

1. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

2. Perhitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangi nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden

$$\text{Nilai } Servqual = (\text{rata} - \text{rata persepsi}) - (\text{rata} - \text{rata harapan})$$

3.13 Analisis Data

Setelah menentukan jumlah sampel, uji validitas dan reliabilitas dan telah mendapatkan bobot untuk tiap variabel kualitas, maka dilakukan analisis terhadap data *servqual* tersebut. Analisa dilakukan terhadap tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan pada Living Space. Hal ini dilakukan adalah dengan cara menganalisa tingkatan *gap* yang didapatkan dari tiap variabel atau atribut, sehingga didapatkan rekomendasi untuk perusahaan mengenai atribut yang memiliki tingkat prioritas perbaikan tertinggi agar ditingkatkan kualitas atribut jasa tersebut

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Cafe Living Space Yogyakarta adalah kafe yang berada di jalan demangan baru no. 1B, Yogyakarta. Walaupun Kafe ini baru berdiri tapi berani bersaing dengan Kafe lainnya dengan kelebihan yang dimiliki. Karena letaknya yang berada di tengah Kota pelanggan Kafe banyak yang berasal dari mahasiswa. Kafe ini memiliki 6 karyawan di mana para karyawan sudah terbagi per departemennya sendiri. Living Space cafe ini didirikan oleh Calvin Gunawan pada tanggal 20 Mei 2016. Cafe Living Space Yogyakarta merupakan tempat nongkrong yang berada di Jogja dan paling pas untuk para pelajar dan mahasiswa. Cafe kekinian ini buka setiap hari mulai pukul 16.00 WIB sampai dengan pukul 01.00 WIB. Cafe Living Space Yogyakarta menyediakan makanan dan minuman dengan harga mulai dari Rp. 3.500-22.000. Cafe Living Space Yogyakarta memiliki beragam varian menu makanan, mulai dari nasi, mie, roti bakar, pisang goreng dan masih banyak lagi makanan yang menjadi ciri khas cafe kekinian. Meski secara penampilan tempat ini cukup menjanjikan namun rasa yang dihadirkan cukup generik. Mengingat tempat ini cukup nyaman untuk nongkrong dan mengerjakan tugas, serta harganya yang murah, dan buka hingga larut malam, tempat ini memang sangat pas untuk para mahasiswa mengerjakan tugas. Untuk menunya, tempat ini menyediakan berbagai menu makanan maupun minuman. Untuk menu minuman ada bermacam coffee, squash, latte dan jus. Sedangkan makanannya terbilang lebih sederhana namun diolah dengan cara kekinian. Menu-menu yang ditawarkan sebenarnya didominasi mie instan namun diolah dengan cara berbeda. Menu makanan ada roti bakar, mie pizza, nasi goreng, french fries dan bermacam-macam pisang bakar. Menu favorit di tempat ini adalah pisang bakar dan coffee caramel latte. Rasa pisangnya yang aromatik dan

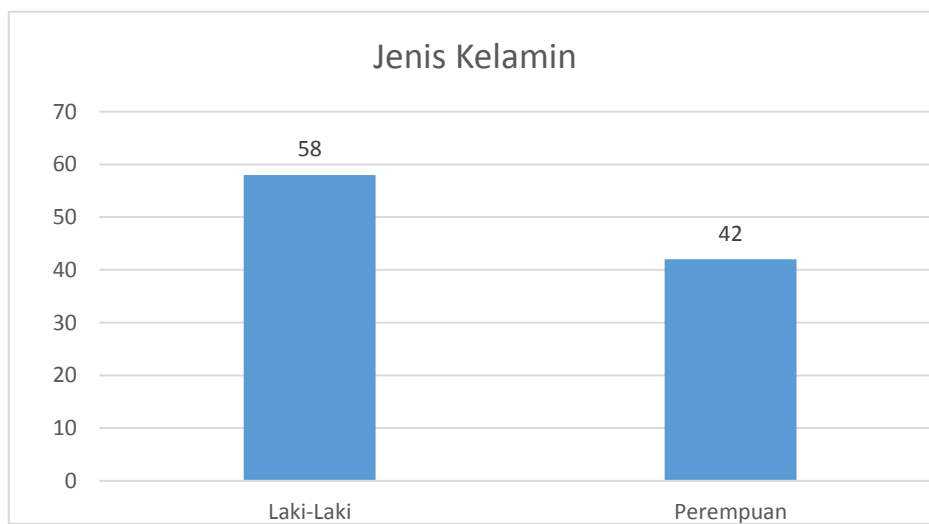
manis berpadu dengan kelembutan susu. Kombinasi rasa yang cukup digemari di tempat tersebut. Sedangkan Coffee Caramel Latte menghadirkan rasa kopi yang sepiantas lalu dibalik kelembutan susu dan manisnya karamel. Tak lupa Living Space Cafe yang menjadi tempat nongkrong paling asyik di Jogja bagi para remaja, juga menyediakan berbagai permainan yang bisa dimainkan bersama orang-orang terdekat sebagai salah satu bentuk hiburan yang diciptakan oleh pengelola cafe kekinian tersebut, dengan harapan para pengunjung dapat merasa nyaman dan betah untuk menghabiskan waktu berlama-lama di cafe kekinian ini bersama dengan keluarga dan kerabat.





4.2 Pengolahan Data Profil Responden

Berdasarkan kuisisioner yang telah disebarakan kepada pelanggan *Cafe Living Space Yogyakarta*, didapatkan data pelanggan yang *Valid* sebanyak 100 responden. Dari 100 responden untuk klasifikasi “Jenis Kelamin” didapatkan sebanyak 58% adalah laki-laki

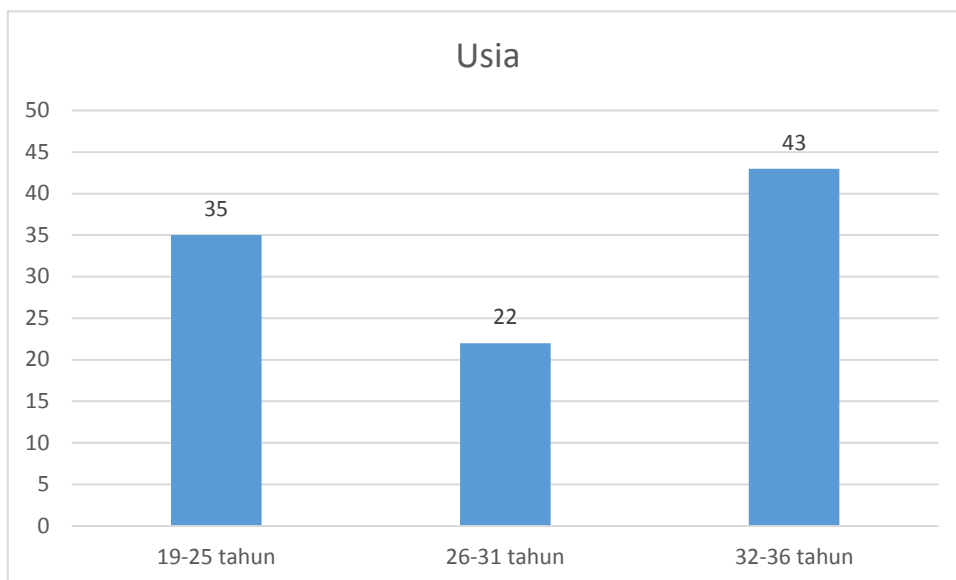


dan sisanya sebanyak 42% adalah perempuan. Hasil tersebut dapat dilihat pada gambar 4.1 tentang grafik jenis kelamin pelanggan.

Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin

Diagram di atas menunjukkan bahwa pada sampel Pelanggan yang diambil pada waktu penelitian di *Cafe Living Space Yogyakarta* ditunjukkan oleh jumlah mayoritas pelanggan laki-laki, namun dari diagram di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi jumlah yang begitu signifikan terhadap perbandingan antara laki-laki dan perempuan.

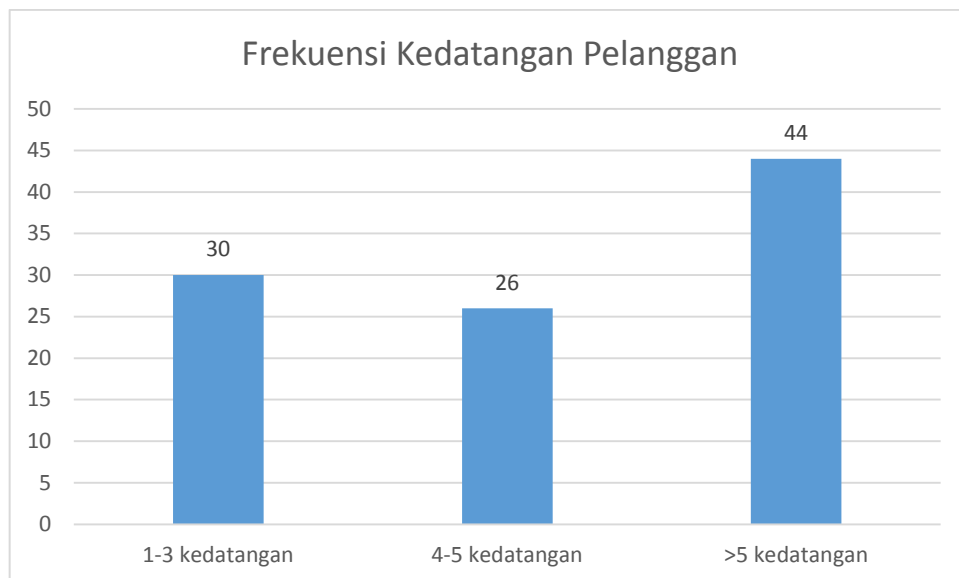
Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan oleh diagram berikut:



Gambar 4.2 Diagram Profil Usia Responden

Pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa responden yang datang berkunjung ke *Cafe Living Space Yogyakarta* berumur <25 tahun dengan jumlah 35 orang, kemudian untuk responden yang berumur 26-31 sebanyak 22 orang, selanjutnya untuk usia >30 tahun yang berkunjung ke *Cafe Living Space Yogyakarta* sebanyak 43 orang. Dari total responden sebanyak 100 orang dapat disimpulkan bahwa para pelanggan *Cafe Living Space Yogyakarta* mayoritas adalah orang dewasa, namun *Cafe Living Space Yogyakarta* sendiri terjangkau untuk segala umur mengingat terdapat pelanggan dari segala usia.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat di deskripsikan karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan pelanggan ke *Cafe Living Space Yogyakarta* yaitu sebagai berikut:



Gambar 4.3 Diagram frekuensi kedatangan pelanggan

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan frekuensi kedatangan pelanggan ke *Cafe Living Space Yogyakarta* sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori lebih dari 5 kali yaitu sebanyak 44 responden 44%. Dari total responden yang berjumlah 100, terdapat 26% dalam kategori frekuensi belanja 4-5 kali atau sejumlah 26 responden, dan 30% dalam kategori frekuensi belanja 1-3 kali atau sejumlah 30 responden.

4.3 Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data kuesioner. Pengujian ini dilakukan agar hasil jawaban kuesioner oleh responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian.

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

H_1 = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dari nilai tabel, $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$, dalam penelitian ini $df = 100 - 2 = 98$. Dan tingkat signifikansi 5%, , maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0.194.

c. Mencari nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 16.0*. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil output *SPSS 16.0* pada kolom *Corrected Item – Total Corelation*.

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan *valid*

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak *valid*

4.3.1 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Berikut ini adalah hasil uji validitas harapan pada *Cafe Living Space Yogyakarta* yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung} Harapan	r_{tabel}	Kesimpulan
	Memiliki area parkir yang cukup luas	0.733		Valid
Tangibles	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	0.217	0.194	Valid
	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	0.709		Valid
	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	0.707		Valid
	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	0.736		Valid
Reliability	Kesesuaian menu yang disajikan	0.742	0.194	Valid
	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	0.736		Valid
	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	0.699		Valid

	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	0.697		Valid
Responsiveness	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	0.735	0.194	Valid
	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	0.679		Valid
	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	0.641		Valid
Assurance	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	0.204		Valid
	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	0.702	0.194	Valid
	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	0.649		Valid
	Jaminan kehalalan produk	0.610		Valid
	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	0.736		Valid
Emphaty	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	0.753	0.194	Valid
	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	0.217		Valid
	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	0.735		Valid

Seperti dikemukakan di atas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.194$) atau lebih, maka butir data dinyatakan valid dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir data pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang kedua pada harapan pelanggan untuk kinerja perusahaan yang ditunjukkan pada tabel 4.1 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sebanyak 100 responden pada *Cafe Living Space Yogyakarta* dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan $r_{\text{hitung}} > 0.194$, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 20 butir dinyatakan *valid*.

4.3.2 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Berikut ini adalah hasil uji validitas pada persepsi pelanggan di *Cafe Living Space Yogyakarta* yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung} Persepsi	r_{tabel}	Kesimpulan
Tangibles	Memiliki area parkir yang cukup luas	0.672	0.194	Valid
	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	0.618		Valid
	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	0.633		Valid
	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	0.630		Valid
Reliability	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	0.621	0.194	Valid
	Kesesuaian menu yang disajikan	0.639		Valid

	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	0.580		Valid
	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	0.658		Valid
	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	0.572		Valid
Responsiveness	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	0.559	0.194	Valid
	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	0.593		Valid
	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	0.514		Valid
	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	0.662		Valid
Assurance	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	0.596	0.194	Valid
	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	0.567		Valid
	Jaminan kehalalan produk	0.626		Valid
	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	0.466		Valid
Emphaty	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	0.410	0.194	Valid
	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	0.765		Valid

Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	0.803	Valid
--	-------	-------

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang kedua pada persepsi pelanggan untuk kinerja perusahaan yang ditunjukkan pada tabel 4.2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sebanyak 100 responden pada *Cafe Living Space Yogyakarta* dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan $r_{hitung} > 0.194$, , sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 20 butir dinyatakan *valid*.

4.4 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel. Sehingga reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Dapat berarti berapa pun atribut-atribut kuisioner tersebut dinyatakan pada responden yang berlainan, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden. atau dengan kata lain, reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. (Tony Wijaya, 2011: 86)

Pada perhitungan uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronchbach Alpha*, apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} , maka dapat dinyatakan bahwa data tersebut reliabel. Serupa dengan uji validitas pada uji reliabilitas ini peneliti menghitung dengan bantuan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

Tabel 4.3 Tingkat Reliabilitas
Sumber : (Suharsimi Arikunto, 1998)

Nilai	Tingkat
0 – 0,2	Sangat rendah
0,2 – 0,4	Rendah
0,4 – 0,6	Cukup
0,6 – 0,8	Tinggi
0,8 – 1,00	Sangat tinggi

Berikut adalah hasil uji reliabilitas harapan yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronchbach's* dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Uji Realibitas Harapan

No.	Indikator	Pertanyaan	<i>Alpha Cronchbach's</i>	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)		0,936	Reliabel
2	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)		0,909	Reliabel
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Harapan	0,836	Reliabel
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)		0,812	Reliabel
5	Emphaty (Perhatian)		0,905	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 Uji Reliabilitas harapan terhadap 100 responden , maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Tangible* atau bukti fisik di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,936 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga bisa digunakan dalam penelitian.

2. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Reliability* atau kehandalan di peroleh ***Alpha Cronbach's*** sebesar 0,909 yang artinya lebih besar dari 0.6. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga bisa digunakan dalam penelitian
3. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Responsiveness* atau daya tanggap di peroleh ***Alpha Cronbach's*** sebesar 0,836 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian.
4. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Assurance* atau jaminan di peroleh ***Alpha Cronbach's*** sebesar 0,812 yang artinya lebih besar dari 0.6. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian.
5. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Emphaty* atau perhatian di peroleh ***Alpha Cronbach's*** sebesar 0,905 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian

Berikut adalah hasil uji reliabilitas Persepsi yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Uji Realibitas Kenyataan

No.	Indikator	Pertanyaan	<i>Alpha Cronbach's</i>	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)		0,904	Reliabel
2	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)		0,899	Reliabel
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Persepsi	0,947	Reliabel
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)		0,947	Reliabel
5	Emphaty (Perhatian)		0,897	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 Uji Reliabilitas Persepsi terhadap 100 responden , maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Tangible* atau bukti fisik di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,904 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian
2. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Reliabilty* atau kehandalan di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,899 yang artinya lebih besar dari 0.6. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian
3. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Responsiveness* atau daya tanggap di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,947 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian
4. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Assurance* atau jaminan di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,947 yang artinya lebih besar dari 0.6. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian
5. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Emphaty* atau perhatian di peroleh *Alpha Cronchbach's* sebesar 0,905 yang artinya lebih besar dari 0.6 Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, Sehingga dapat digunakan dalam penelitian

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel mempunyai koefisien *Alpha* lebih dari 0,6. Dengan begitu dapat disimpulkan semua butir-butir variabel penelitian tersebut adalah reliabel.

4.5 Pengolahan Data *Servqual*

4.5.1 Tangibles (Bukti Fisik)

Tangible atau bukti fisik dapat diartikan sebagai tampilan fisik perusahaan yakni dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada perusahaan yang bisa dirasakan langsung oleh pelanggan. Dimensi ini adalah dimensi yang pertama kali dirasakan oleh pelanggan, karena suatu *service* tidak terlihat atau dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting dari *service quality*. Pada dimensi ini berdasarkan hitungan nilai gap keseluruhan butir pertanyaan adalah negatif (-) yang berarti bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja perusahaan lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan.

Tabel 4.6 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *Tangible*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
T ₁	Memiliki area parkir yang cukup luas	4.4	3.8	0.6
T ₂	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	4.1	4.68	-0,62
T ₃	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	4,4	3.8	0.55
T ₄	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	4.33	3.78	0.55
Rata-rata				

4.5.2 Reliability (Kehandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadap pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *Gap* yang telah dihitung, maka nilai *Gap* pada dimensi *Reliability* adalah positif hal tersebut dapat dilihat pada table 4.7

Table 4.7 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *Reliability*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
Re ₅	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	4.4	3.91	0.46
Re ₆	Kesesuaian menu yang disajikan	4,3	3,92	0.35
Re ₇	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	4.3	3,91	0,4
Re ₈	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	4.3	3,8	0,51
Rata-rata				

4.5.3 Responsivness (Daya Tanggap)

Responsiveness adalah adanya keinginan dari karyawan atau perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan kecepatan serta ketepatan dalam melayani pelanggan. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu karena pelanggan sangat ingin dilayani dengan cepat atau menjadi prioritas utama ketika datang ke perusahaan tersebut.

Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan pelanggan terhadap dimensi *Responsivness*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
R ₉	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	4,3	3,86	0,42
R ₁₀	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	4,2	3,8	0,39
R ₁₁	Ketepatan karyawan dalam	4,4	3,81	0,58

	memberikan informasi menu			
R ₁₂	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	4,4	3,78	0,6
	Rata-rata			

4.5.4 Assurance (jaminan)

Assurance adalah pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan kepada perusahaan. Terdapat empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan.

Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Assurance*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
A ₁₃	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	4	4,62	-0,61
A ₁₄	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	4,1	3,85	0,23
A ₁₅	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	4	4,13	-0,14
A ₁₆	Jaminan kehalalan produk	4,1	3,8	0,33
	Rata-rata			

4.5.4 Emphaty (Empati)

Empathy adalah adanya perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Tabel 4.10 Tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *Empathy*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
E ₁₇	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	3,9	3,91	0,03
E ₁₈	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	3,9	3,94	-0,03
E ₁₉	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	4,4	4,68	-0,25
E ₂₀	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	4,1	3,8	0,34
Rata-rata				

4.5.6 Nilai *Gap* dan Ranking Keseluruhan

Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan data *Gap* keseluruhan, , maka diperoleh nilai *Gap*. Untuk nilai rata-rata dimensi *Tangible* adalah 0,270, untuk dimensi *Reliability* diperoleh nilai rata – rata *Gap* 0,258, untuk dimensi *Responsiveness* diperoleh nilai *Gap* 0,230, untuk nilai *Gap* pada dimensi *Assurance* adalah 0,318 dan pada dimensi *Empathy* diperoleh nilai *Gap* 0,013 yang artinya tidak ada nilai negatif (-) pada rata – rata perhitungan dari setiap dimensi yang ada.

Tabel 4.11 Nilai *Gap* Keseluruhan Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Tangible</i>	4.4	3.8	0.6
	4.1	4.68	-0,62
	4,4	3.8	0.55
	4.33	3.78	0.55
<i>Reliability</i>	4.4	3.91	0.46
	4,3	3,92	0.35
	4.3	3,91	0,4
	4.3	3,8	0,51
<i>Responsiveness</i>	4,3	3,86	0,42
	4,2	3,8	0,39
	4,4	3,81	0,58
	4,4	3,78	0,6
<i>Assurance</i>	4	4,62	-0,61
	4,1	3,85	0,23
	4	4,13	-0,14
	4,1	3,8	0,33
<i>Empathy</i>	3,9	3,91	0,03
	3,9	3,94	-0,03
	4,4	4,68	-0,25

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
	4,1	3,8	0,34
Rata-rata Total			

4.5.7 Data Ranging GAP Keseluruhan

Dari hasil perhitungan nilai rata-rata *Gap* secara keseluruhan, maka didapatkan urutan nilai *Gap* dari yang tertinggi hingga yang terendah seperti yang bisa dilihat pada tabel 4.12 berikut :

Tabel 4.12 Data *Rangking Gap Service Quality*

No	Pernyataan Atribut	Ranking	Gap
1	Memiliki area parkir yang cukup luas	1	0.6
2	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	20	-0.62
3	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	5	0.55
4	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	4	0.55
5	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	7	0.46
6	Kesesuaian menu yang disajikan	11	0.35
7	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	9	0.4
8	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	6	0.51
9	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	8	0.42
10	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	10	0.39
11	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	3	0.58
12	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	2	0.6
13	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	19	-0.61
14	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	14	0.23
15	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	17	-0.14
16	Jaminan kehalalan produk	13	0.33
17	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	15	0.03
18	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	16	-0.03
19	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	18	-0.25
20	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	12	0.34

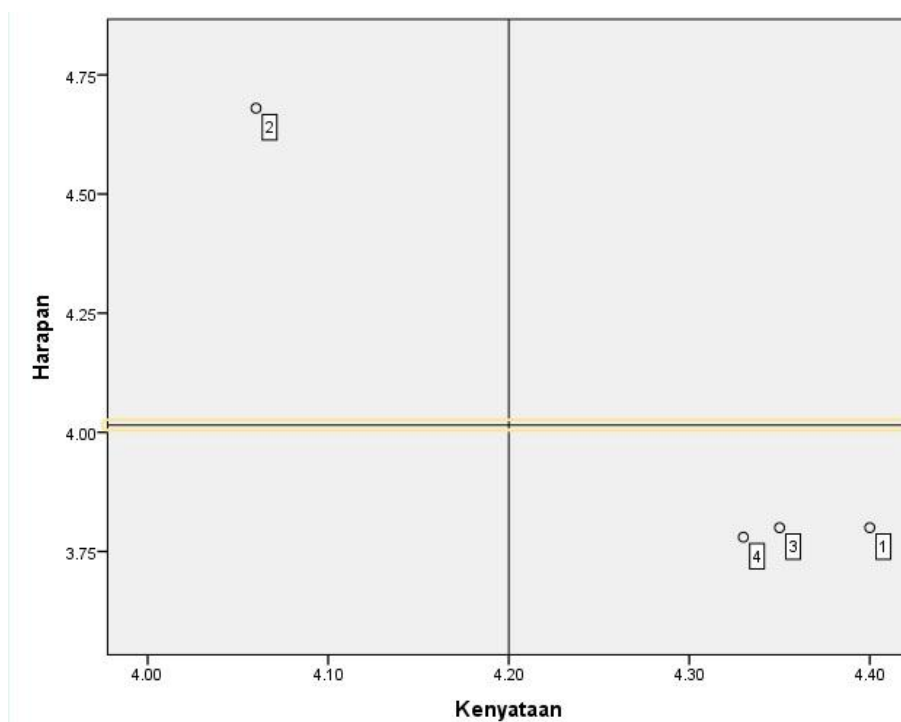
4.6 Diagram Kartesius

Langkah selanjutnya setelah mengetahui nilai *gap* secara keseluruhan akan dilanjutkan dengan analisis kerja dan harapan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam pelayanan terhadap pelanggan *Cafe Living Space Yogyakarta* berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan. Analisis kuadran persepsi – harapan menggunakan diagram Kartesius, sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat persepsi dan harapan yang diperoleh dari rata-rata tiap tingkat persepsi (X) dan rata-rata tingkat kepentingan/ harapan (Y) kemudian data tersebut dijelaskan dalam diagram Kartesius, sehingga diketahui letak kuadran tiap dimensi atau

keseluruhan. Data nilai tingkat kinerja-kepentingan dan letak kuadran masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel 4.14

4.6.1 Tangible (bukti Fisik)

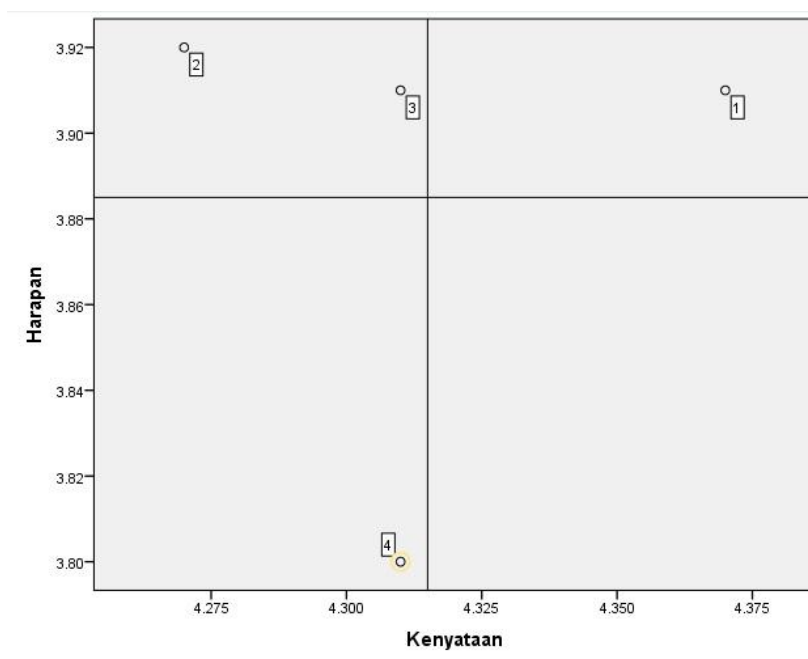
Pada dimensi *Tangible* terdapat perbedaan sebaran kuadran dari masing-masing atribut pada dimensi *Tangible*. Pada kuadran A terdapat atribut T_2 (Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, *wifi*)) di mana kuadran A sendiri adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan, atribut lainnya pada dimensi *Tangible* berada pada kuadran D yaitu T_1 (Memiliki area parkir yang cukup luas)), T_3 (Memiliki interior dan dekorasi yang menarik), T_4 (memiliki karyawan yang bersih dan rapi), kuadran D sendiri adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan.



Gambar 4.4 Diagram Kartesius pada dimensi *Tangible*

4.6.2 Reliability

Pada dimensi *Reliability* terdapat perbedaan sebaran kuadran dari masing-masing atribut pada dimensi *Reliability*. Pada kuadran A terdapat atribut Re_7 (Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)) dan Re_6 (Kesesuaian menu yang disajikan) di mana kuadran A sendiri adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan. Pada kuadran C sendiri terdapat atribut Re_8 Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00) di mana kuadran C sendiri adalah ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa, dan atribut lainnya terdapat pada kuadran B yaitu Re_5 (Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian).

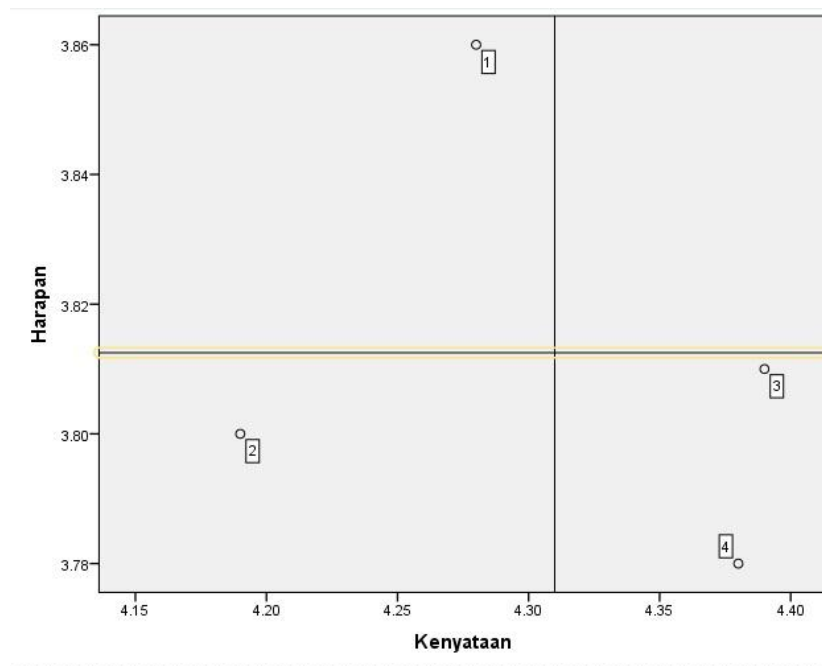


Gambar 4.5 Diagram Kartesius pada dimensi *Reliability*

4.6.3 Responsiveness

Pada dimensi *Responsiveness* terdapat perbedaan sebaran kuadran dari masing-masing atribut pada dimensi *Responsiveness*. Pada kuadran A terdapat atribut R_9 (Ketanggapan

karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan) di mana kuadran A sendiri adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan untuk atribut lainnya terdapat pada kuadran D yaitu R_{11} (Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu) dan R_{12} (Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu) kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan dan atribut lainnya berada pada kuadran C R_{10} (Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer) di mana kuadran C sendiri adalah Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

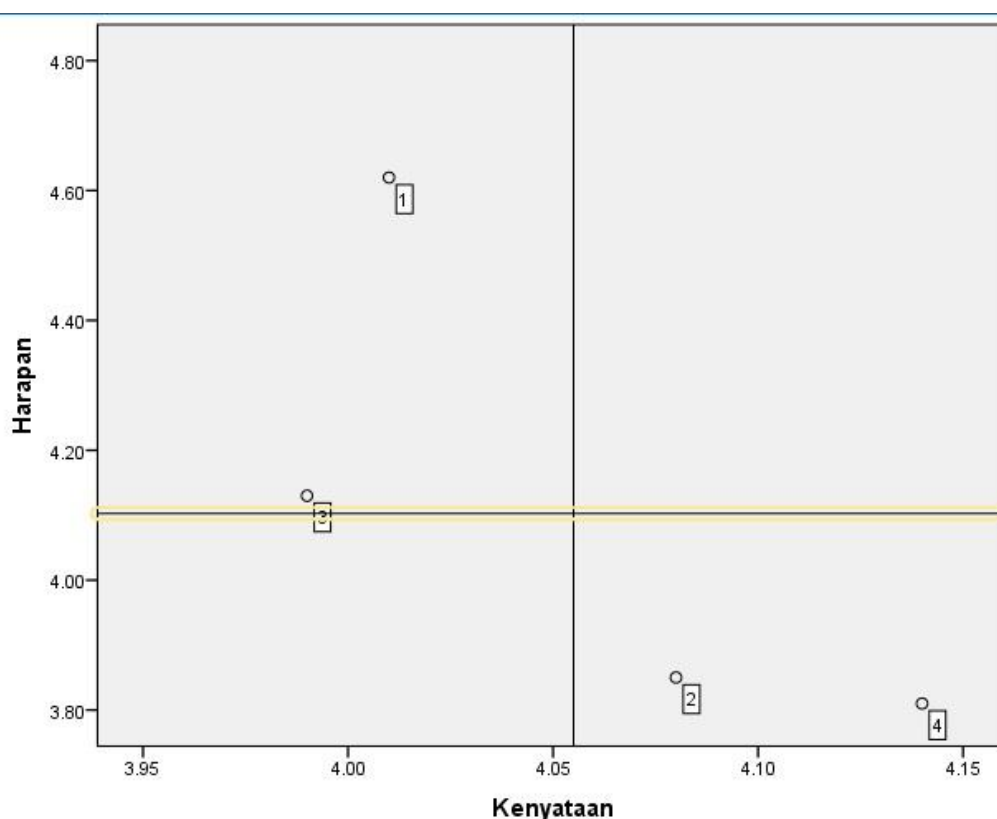


Gambar 4.6 Diagram Kartesius pada dimensi *Responsivness*

4.6.4 Assurance

Pada dimensi *Assurance* terdapat perbedaan sebaran kuadran dari masing-masing atribut pada dimensi *Assurance*. Pada kuadran A terdapat atribut A_{13} (Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya) dan atribut A_{15} (Kafe bersedia

mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu) di mana kuadran A sendiri adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang pelanggan harapkan dan untuk 2 atribut lainnya terdapat pada kuadran D yaitu A_{14} (Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu) dan A_{16} (Jaminan kehalalan produk) dan kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan.

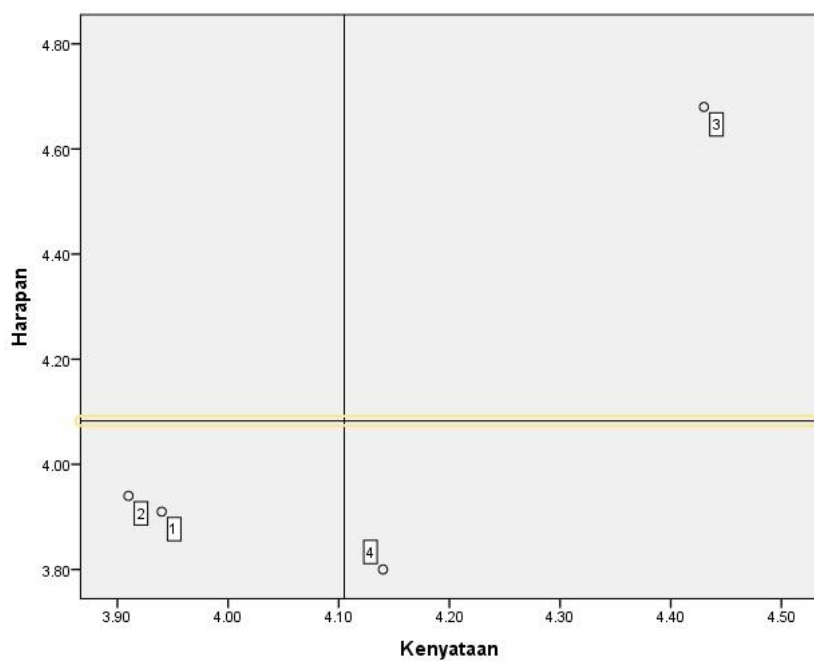


Gambar 4.7 Diagram Kartesius pada dimensi *Assurance*

4.6.5 Empathy

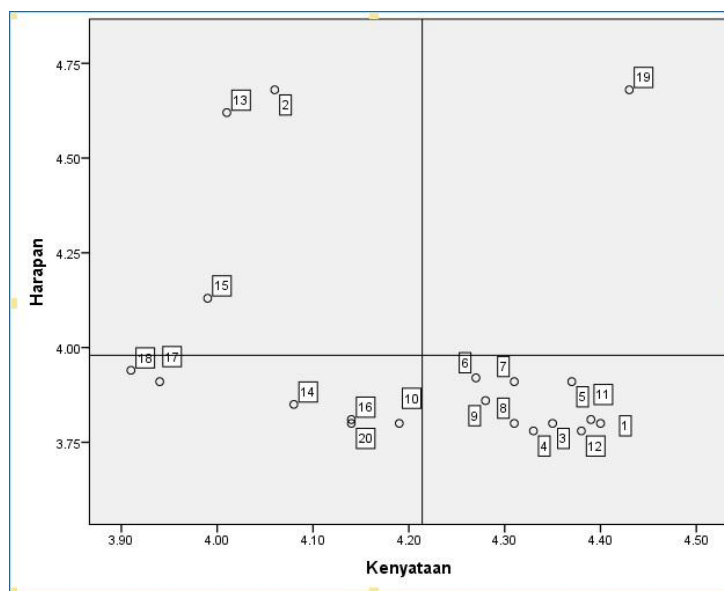
Pada dimensi *Empathy* terdapat perbedaan sebaran kuadran dari masing-masing atribut pada dimensi *Empathy*. Pada kuadran B terdapat atribut E_{19} (Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami) Atribut yang berada pada kuadran B ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi, sehingga konsumen merasakan

kepuasan, atribut lainnya pada dimensi *Emphaty* berada pada kuadran C yaitu E₁₇ (Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen) dan E₁₈ (Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen) di mana kuadran C sendiri adalah Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa..Atribut lainnya berada pada kuadran D yaitu atribut E₂₀ (Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”) dan kuadran D adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan



Gambar 4.8 Diagram Kartesius pada dimensi *Emphaty*

4.6.6 Diagram Keseluruhan Dimensi



Gambar 4.9 Diagram Kartesius dari seluruh dimensi *Servqual*

Tabel 4.13 Kuadran keseluruhan dimensi

No	Pernyataan Atribut	Kuadran	Gap
1	Memiliki area parkir yang cukup luas	D	0.6
2	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	A	-0,62
3	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	D	0.55
4	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	D	0.55
5	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	D	0.55
6	Kesesuaian menu yang disajikan	D	0.46
7	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	D	0,35
8	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	D	0,33
9	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	D	0,42
10	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	C	0,51
11	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	D	0,42
12	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	D	0,43
13	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	A	0,58
14	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	C	0,23
15	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	A	-0,14

16	Jaminan kehalalan produk	C	0,6
17	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	C	-0,37
18	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	C	0,23
19	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	B	-0,14
20	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	C	0,33

Dari hasil pengolahan diagram kartesius pada gambar 4.8, telah dapat dilihat secara jelas bahwa atribut – atribut mana yang masuk dalam masing – masing kuadran yang ada. Dan pengelompokan tersebut sebagai berikut:

- Kuadran A

Pada kuadran ini menunjukkan atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa *service* di *Café Living Space Yogyakarta*, dalam kuadran ini perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor – faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Memiliki karyawan yang bersih dan rapi (2)
2. Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya (13)
3. Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu (15)

- Kuadran B

Menunjukkan atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa *service* di *Café Living Space Yogyakarta* dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen, sehingga dapat memuaskan konsumen.

Atribut – atribut yang termasuk dalam kuadran B adalah:

1. Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami (19)

- Kuadran C

Menunjukkan bahwa atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen pengguna jasa *service Café Living Space Yogyakarta* yang berada dalam kuadran ini dinilai masih kurang penting oleh konsumen, sedang kualitas kerjanya biasa atau cukup.

Atribut – atribut yang termasuk dalam kuadran C adalah :

1. Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer (10)
2. Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu (14)
3. Jaminan kehalalan produk (16)
4. Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen (17)
5. Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen (18)
6. Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih” (20)

- Kuadran D

Menunjukkan bahwa atribut – atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pengguna jasa *service di Café Living Space Yogyakarta* berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam kinerjanya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

Atribut – atribut yang termasuk dalam kuadran D adalah:

1. Memiliki area parkir yang cukup luas (1)
2. Memiliki interior dan dekorasi yang menarik (3)
3. Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, *wifi*) (4)
4. Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian (5)
5. Kesesuaian menu yang disajikan (6)
6. Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah) (7)
7. Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00) (8)
8. Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan (9)
9. Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu (11)
10. Ketersediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu (12)

BAB V

PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kualitas Jasa pelayanan

Pada penelitian ini dibutuhkan dimensi untuk menjadi sebuah parameter pengukur tentang *Service quality*, pada penelitian ini dimensi yang digunakan oleh peneliti untuk menjadi parameter ukuran *Service quality* terdapat 5 jenis yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsivness* (Daya Tanggap), *Assurance*(Jaminan), *Emphaty*(Empati). Pada kelima dimensi tersebut memiliki atribut-atribut pada setiap dimensinya, pada penelitian ini jumlah dari keseluruhan atribut-atribut yang mewakili dimensinya ada 20 atribut yang akan diajukan kepada pelanggan *Café Living Space Yogyakarta*.

Seluruh atribut pertanyaan yang diajukan kepada responden akan diuji datanya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk menunjukkan apakah data tersebut valid dan reliabel atau tidak. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dinyatakan bahwa keseluruhan data dari responden *valid* dan reliabel,, sehingga bisa digunakan dalam perhitungan *Servqual* dan analisis *IPA*.

4.2 Perhitungan nilai *SERQUAL (GAP)* pada setiap atribut

Berdasarkan pengolahan data *Servqual* yang telah dilakukan, selanjutnya data tersebut akan dilakukan analisis faktor yang menyebabkan adanya *Gap* antara kenyataan (*Perceptation*) dan Harapan (*Expectation*) serta solusi perbaikan yang bias dijadikan acuan dalam peningkatan *Service Quality* pada *Café Living Space Yogyakarta*. Peningkatan kualitas perlu dilakukan mengingat dari hasil keseluruhan atribut *Servqual* kinerja perusahaan cukup memiliki jarak dibandingkan dengan harapan pelanggan. Oleh

karena itu, perbaikan pelayanan diharapkan dapat menjadi peningkatan kualitas pelayanan yang cukup signifikan pada perusahaan.

Setelah dilakukannya pengolahan data dengan menggunakan metode *Servqual*, ditemukan kesenjangan (*Gap*) yang terjadi antara kenyataan (*Perceptation*) dan harapan (*Expectation*) yang didapat oleh pelanggan *Cafe Living Space Yogyakarta*. Dengan harapan dan kepentingan dari *Café Living Space Yogyakarta*. Mengacu dari hasil perhitungan *Servqual*, apabila hasil *Gap* memiliki hasil negatif, , maka hal itu menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh *Café Living Space Yogyakarta* untuk mendapatkan kepuasan konsumen tidak sesuai dengan harapan para pelanggan *Café Living Space Yogyakarta*. Apabila hasil dari perhitungan *Gap* menunjukkan angka nol , maka kinerja dari perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, dan apabila hasil perhitungan *Gap* menunjukkan hasil positif , maka kualitas dari apa yang diberikan oleh *Café Living Space Yogyakarta* kepada pelanggan sangat baik , maka pelanggan merasa puas dan terpenuhi segala kebutuhan dan keperluan yang ada.

4.2.1 Analisis Tangible

Tangible atau bukti fisik adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang baik , maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi , sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

. Pada dimensi ini berdasarkan hitungan nilai *Gap* terdapat nilai *Gap* negatif pada atribut T_2 dengan pertanyaan atribut “Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, *wifi*)” dan nilai *Gap*-0.62 yang menandakan bahwa kepuasan pelanggan masih kurang terhadap fasilitas pendukung yang ada pada *Cafe Living Space*

Yogyakarta, Hal itu terlihat dari beberapa hal salah satunya tidak adanya tempat ibadah yang diberikan, kemudian kamar mandi yang tidak dalam 1 lantai dengan *Cafe Living Space Yogyakarta*. melihat dari analisis tersebut maka *Gap* yang terjadi dikarenakan Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*Gap* 1) *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara harapan pengguna jasa dengan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Hal ini disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan konsumen

Untuk 3 atribut lainnya bernilai positif yaitu pada atribut T_1 (Memiliki area parkir yang cukup luas) dengan nilai *Gap* 0,6, T_3 (Memiliki interior dan dekorasi yang menarik) dengan nilai *Gap* 0,55 dan T_4 (Memiliki karyawan yang bersih dan rapi) dengan nilai *Gap* 0,55, maka dari ketiga atribut yang memiliki *Gap* yang positif, nilai *Gap* terbesar dimiliki oleh atribut T_1 dengan pertanyaan atribut “Memiliki area parkir yang cukup luas” dengan nilai *Gap* 0,6 yang artinya pelanggan cukup puas. Pelanggan melihat area parkir yang cukup luas yang tersedia pada *Café Living Space Yogyakarta* sehingga mempermudah akses keluar masuk kendaraan para pelanggan dan membuat pelanggan mempunyai rasa aman terhadap kendaraan mereka. Kemudian desain interior dan dekorasi *Café Living Space Yogyakarta* terbilang menarik. Terlihat dari pelanggan yang merasa nyaman dan banyak pelanggan yang mengambil foto dari beberapa objek disana. Perusahaan juga sangat menjaga penampilan dan kebersihan para pegawai yang bekerja agar terlihat bersih dan rapi.

Solusi untuk menghadapi permasalahan pada dimensi *Tangible* di *Cafe Living Space Yogyakarta* yaitu dengan memberikan fasilitas pendukung seperti musholla dan kamar mandi dalam 1 lantai dikarenakan *Cafe Living Space* di lantai 2 karena hal itu dapat mempermudah akses para pelanggan lebih mudah. Kemudian dalam pengadaan musholla dan kamar mandi dapat di tempatkan di tempat yang tidak mengurangi estetika dekorasi dan interior *Cafe Living Space Yogyakarta*.

4.2.2 Analisis Reliability

Reliability atau kehandalan adalah suatu keadaan bagaimana kemampuan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *Gap* pada dimensi terdapat nilai *Gap* atribut yang negatif. Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan

mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

Pada hasil perhitungan nilai *Gap* pada dimensi *Reliability*, hasil dari perhitungan menunjukkan hasil positif pada semua atribut dimensi *Reliability* yang diujikan dengan hasil pada atribut Re₅ (Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian) mempunyai nilai *Gap* 0,46, pada atribut Re₆ (Kesesuaian menu yang disajikan) mempunyai nilai *Gap* 0,35, pada atribut Re₇ (Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah) mempunyai nilai *Gap* 0,4 dan pada atribut Re₈ (Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00) mempunyai nilai *Gap* 0,51. Hal menandakan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan terpenuhinya harapan mereka terhadap kenyataan *Reliability* yang sudah diberikan oleh *Cafe Living Space Yogyakarta*.

Jika dilihat dengan nilai *Gap* terkecil, maka atribut dengan nilai *Gap* terkecil adalah atribut Re₆ dengan pertanyaan atribut “Kesesuaian menu yang disajikan” dengan nilai *Gap* 0,33, maka dari hasil perhitungan *Gap* tersebut menunjukkan bahwa pelanggan melihat bahwa sering salah terjadinya pesanan antara menu yang disajikan dan disorder oleh pelanggan. Hal ini terjadi karena diantaranya *Crowded* nya jumlah pesanan yang diorder oleh pelanggan dan bentuk sistem pesanan yang kurang bagus berupa pemesanan menu yang dilakukan bukan pada tempatnya, sehingga menyebabkan *Human Error* berupa kesalahan komunikasi antara *Departement Waitress* dan *Cashier*.

Solusi yang terbaik dalam memperbaiki masalah pada dimensi *Reliability* di atribut Kesesuaian menu yang disajikan adalah dengan memperbaiki sistem pemesanan yang dilakukan oleh pelanggan yaitu dengan model *Table Service* di mana pelanggan akan melakukan *order* dan *payment* terlebih dahulu dan kemudian pelanggan akan mendapatkan nomor meja dan nomor pesanan dari mesin *payment service* tersebut.. Kemudian server akan mengirim nomor tersebut ke bagian kitchen sehingga akan menghemat waktu dan lebih teliti dalam pemesanan.

4.2.3 Analisis Responsivness

Responsiveness merupakan respon atau kesigapan dari karyawan perusahaan untuk membantu pelanggan dengan kecepatan serta ketepatan melayani pelanggan, dengan semakin meningkatnya kecepatan waktu yang didapatkan oleh pelanggan ketika mendapatkan pelayanan, maka harapan pelanggan terhadap kecepatan waktu pelayanan semakin meningkat.

Pada dimensi *Responsivness* ini terdapat 4 atribut yang mewakili dimensi. Setelah dilakukannya perhitungan nilai *Gap*, hasil dari perhitungan menunjukkan bahwa atribut-atribut yang mewakili dimensi *Responsivness* tidak memiliki hasil negatif. Hasil dari perhitungan atribut pada dimensi *Responsivness* adalah atribut R₉ (Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan) memiliki nilai *Gap* 0,42, Atribut R₁₀ (Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer) memiliki nilai *Gap* 0,39, Atribut R₁₁ (Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu) memiliki nilai *Gap* 0,58 dan atribut R₁₂ (Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu) memiliki nilai *Gap* 0,6.

Hasil perhitungan yang telah diujikan pada dimensi *Responsivness* menunjukkan bahwa atribut dengan nilai *Gap* terkecil adalah atribut R₁₀ dengan pertanyaan atribut adalah “Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer” dengan nilai *Gap* 0,39. Hal ini disebabkan karena karyawan masih kurang peka terhadap hal yang dibutuhkan oleh pelanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai *Gap* terbesar adalah atribut R₁₂ (Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu) memiliki nilai *Gap* 0,6. Hal ini disebabkan karena karyawan pada *Cafe Living Space Yogyakarta* dituntut untuk memiliki wawasan dalam menu yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Solusi yang baik untuk memperbaiki masalah yang terjadi pada dimensi *Responsivness* adalah pengadaan training untuk meningkatkan kesadaran karyawan terhadap SOP yang ada dalam perusahaan.

4.2.4 Analisis Assurance

Assurance mencakup pengetahuan, kemampuan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan yang akan menanamkan

kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan terhadap pelanggan. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas, sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen. Jaminan (*Assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para pegawai, dan jaminan keamanan dari perusahaan. Disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari karyawan tersebut. Kesopanan dan keramahan dari pegawai akan membuat pelanggan merasa dihargai, sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

Berdasarkan perhitungan *Gap* yang telah dilakukan, maka hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat hasil negatif pada dimensi ini. Atribut yang memiliki hasil negatif terdapat pada atribut A_{13} dengan pertanyaan atribut “Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya” hasil perhitungan nilai kesenjangan/*Gap* adalah -0.61., maka dari hal ini menunjukkan bahwa tidak tersediannya tool box yang mengakibatkan bahan makanan *spoil* atau melewati masa segar dan kemasan yang membuat bahan makanan tahan lama.

Atribut lainnya yang mendapatkan nilai *Gap* negatif pada dimensi *Assurance* adalah atribut A_{15} dengan pertanyaan atribut “Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu” dengan nilai *Gap* -0,14. Hal ini terjadi dikarenakan pihak perusahaan merasakan menu yang dipesan oleh para pelanggan sudah sesuai dengan komposisi yang ada tetapi tingginya idealisme perusahaan terhadap menu sehingga tidak menerima *Request* terhadap menu. *Gap* pada atribut ini terjadi dikarenakan Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*Gap* 1) *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara harapan pengguna jasa dengan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.

Atribut yang mempunyai nilai *Gap* positif pada dimensi *Assurance* adalah atribut A_{14} (Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu) dengan nilai *Gap* 0,23 dan atribut A_{16} (Jaminan kehalalan produk) dengan nilai *Gap* 0,33. maka hal ini dapat diartikan bahwa pelanggan sudah cukup puas dengan informasi yang diberikan oleh karyawan *Cafe Living Space Yogyakarta* yang mudah dipahami. Kemudian pelanggan juga puas terhadap jaminan kehalalan produk yang disediakan pada *Cafe Living Space Yogyakarta*.

Solusi terbaik untuk mengatasi masalah yang terjadi pada dimensi *Assurance* adalah pihak *management Cafe Living Space Yogyakarta* menyediakan *tool box* khusus dan alat khusus *wrap* untuk bahan makanan khusus. Kemudian pihak Management harus mengatur *Purchase Order* sebaik mungkin untuk menghindari bahan makanan yang kadaluarsa atau berlebihan di ruang penyimpanan. Kemudian untuk perihal mengganti makanan yang tidak sesuai dengan menu, pihak management dapat menerima request menu dari pelanggan sehingga selera pelanggan dapat di penuhi oleh pihak perusahaan.

4.2.5 Analisis Emphaty

Empathy merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan. kemampuan *Emphaty* diharapkan mampu menarik perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Perusahaan yang perhatian yang tulus sifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Pemahaman kebutuhan akan pelanggan tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen

Pada dimensi *Emphaty* ini mempunyai 4 atribut yang telah dilakukan perhitungan nilai kesenjangan/*Gap*. menurut hasil perhitungan nilai *Gap* dapat diketahui bahwa pada dimensi *Emphaty* terdapat nilai *Gap* yang negatif. Nilai *Gap* yang negatif terdapat pada atribut E₁₈ (Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen) dengan nilai *Gap* -0,03 dan E₁₉ (Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami), dengan nilai *Gap* -0,25. kedua atribut tersebut menunjukkan bahwa karyawan pada perusahaan masih melihat status maupun kedudukan para pelanggan dan kurangnya kepaahaman karyawan tentang *Knowledge* menu. Pada kasus dari kedua atribut tersebut dapat dilihat bahwa *Gap* yang terjadi dikarenakan Kesenjangan antara persepsi dari pihak penyedia jasa terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan (*Gap 2*) *Gap* ini menunjukkan perbedaan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dengan

spesifikasi pelayanan di mana pada *Cafe Living Space Yogyakarta* tidak mempunyai standar *Emphaty*.

Atribut-atribut lainnya pada dimensi *Emphaty* ini mempunyai nilai *Gap* positif. Atribut yang mempunyai nilai *Gap* positif terdapat pada atribut E_{17} (Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen) dengan nilai *Gap* 0,03 dan atribut E_{20} (Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”) dengan nilai *Gap* 0,34. Pada atribut E_{17} menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak *Cafe Living Space Yogyakarta* terpenuhi dari harapan para pelanggan. Pada atribut E_{20} menunjukkan bahwa para karyawan sudah menjalani SOP dengan baik. Hal ini membuat para pelanggan merasa dilayani dengan baik oleh karyawan.

Solusi yang diperlukan untuk memperbaiki masalah yang terjadi pada dimensi *Emphaty* ini adalah pihak management *Cafe Living Space Yogyakarta* harus mengadakan training terhadap karyawan agar karyawan tersebut melihat semua pelanggan mempunyai status yang sama. Kemudian untuk solusi bahasa dan ucapan, pihak management harus melakukan training terhadap karyawan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan dan karyawan mampu memilih tata kelola bahasa yang benar kepada pelanggan oleh sebab itu pelanggan merasa cukup puas.

4.3 Analisis Importance Performance Analysis

Metode *Servqual* untuk mengetahui nilai kesenjangan/*Gap* dari tiap-tiap atribut yang mewakili masing-masing dimensi, setelah diketahuinya atribut yang memiliki nilai *Gap* negatif, maka akan diberikan usulan perbaikan, namun usulan perbaikan dengan acuan perhitungan nilai *Gap* dari metode *Servqual* tidak dapat dilakukan sekaligus dikarenakan memerlukan waktu yang panjang dan biaya yang sangat besar. Oleh karena itu diperlukannya prioritas atribut yang perlu dilakukan perbaikan berdasarkan pada bobot nyata terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk menentukan prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah dengan menggunakan analisis IPA yang digambarkan pada diagram kartesius, analisis IPA menggunakan diagram kartesius. Sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat kinerja dan harapan yang diperoleh dari rata-rata tiap tingkat kinerja (X) dan rata-rata tingkat kepentingan (Y) kemudian data tersebut dijelaskan dalam diagram *IPA*,

sehingga diketahui letak kuadran tiap dimensi atau keseluruhan. Diagram dibagi menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kuadran A memiliki tingkat sangat penting (prioritas utama), kuadran B memiliki tingkat kepentingan yang penting atau prioritas kedua. Pada kuadran C mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah) dan pada kuadran D memiliki tingkat kepentingan yang tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

4.3.1 Kuadran A (Concentrate Here)

Atribut yang berada pada kuadran A ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan sangat tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh *Cafe Living Space Yogyakarta* terbilang rendah , sehingga tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Kondisi ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah, , sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini. Atribut-atribut yang termasuk pada kuadran dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 5.1 tabel atribut pada kuadran A dengan urutan atribut yang memiliki gap terbesar ke terkecil

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
A ₁₅	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	4	4,13	-0,14
A ₁₃	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	4	4,62	-0,61
T ₂	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	4.1	4.68	-.0,62

Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan.

5.3.2 Kuadran B (Keep Up The Good Work)

Atribut yang berada pada kuadran B ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi, sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Atribut yang berada pada kuadran B dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 5.2 Tabel atribut kuadran B

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
E ₁₉	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	4,4	4,68	-0,25

Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan, maka variabel yang masuk dalam kuadran B haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen. Kuadran B wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh

pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah).

4.3.2 Kuadran C (Low Priority)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran C menunjukkan bahwa atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa-biasa saja, sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Kuadran ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Atribut-atribut yang berada pada kuadran C ini adalah:

Tabel 5.3 Tabel atribut pada kuadran C diurutkan dengan gap terbesar ke terkecil

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
R ₁₀	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	4,2	3,8	0,39
E ₂₀	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	4,1	3,8	0,34
A ₁₆	Jaminan kehalalan produk	4,1	3,8	0,33
A ₁₄	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	4,1	3,85	0,23
E ₁₇	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	3,9	3,91	0,03
E ₁₈	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	3,9	3,94	-0,03

Hal ini mengindikasikan bahwa pada kuadran C nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan dan nilai tingkat harapan pelanggan juga rendah, maka variabel yang masuk kuadran C mendapatkan prioritas rendah karena harapan konsumen tidak tinggi.

4.3.3 Kuadran D (Possible Overkill)

Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran D ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan tinggi. Kemungkinan hal ini terjadi karena perusahaan memberikan layanan yang berlebihan (*over act* atau *overkill*), sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran A atau B, Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya. Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran D ini adalah:

Tabel 5.4 Tabel atribut pada kuadran D dengan urutan atribut gap terbesar hingga terkecil

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
T ₁	Memiliki area parkir yang cukup luas	4.4	3.8	0.6
R ₁₂	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	4,4	3,78	0,6
R ₁₁	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	4,4	3,81	0,58
T ₃	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	4,4	3.8	0.55
T ₄	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	4.33	3.78	0.55
Re ₈	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	4.3	3,8	0,51
Re ₅	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	4.4	3.91	0.46
R ₉	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	4,3	3,86	0,42
Re ₇	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	4.3	3,91	0,4
Re ₆	Kesesuaian menu yang disajikan	4,3	3,92	0.35

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Servqual* dan *IPA* pada *Cafe Living Space Yogyakarta*, , maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan menggunakan analisis *Servqual* dari 5 dimensi (*Tangible, Reliability, Responsivnes, Assurance, Emphaty*) yang diwakilkan oleh 20 atribut didapatkan bahwa pelanggan dari *Cafe Living Space Yogyakarta* sudah sangat puas terhadap *Service quality* yang di berikan oleh *Cafe Living Space Yogyakarta*, hal itu ditunjukkan oleh rata-rata *Gap* harapan 3,9795 dan rata-rata kenyataan 4.214, sehingga rata-rata *Gap* harapan dan kenyataan adalah 0.2345. Pada hasil perhitungan *Servqual* terdapat juga hasil negatif yaitu pada atribut T_2 , A_{13} , A_{15} , E_{18} , E_{19} dengan adanya hasil negatif pada perhitungan *Servqual*, maka menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap pelayanan masih kurang dari harapan atau ekspektasi yang diinginkan.
2. Pada pengolahan analisis *Importance Performance Analysis (IPA)* atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukannya perbaikan pada *Cafe Living Space Yogyakarta* yaitu keseluruhan pada kuadran A, yaitu Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, *wifi*) (T_2) dengan nilai *Gap* -0,62 , Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya (A_{13}) dengan nilai *Gap* -0,61, Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu (A_{15}) dengan nilai *Gap* -0,14.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat saran yang direkomendasikan untuk perusahaan , sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi *Cafe Living Space Yogyakarta* untuk mengetahui atribut pelayanan apa saja yang perlu diperbaiki dan atribut apa saja yang pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan memenuhi harapan pelanggan.
2. Untuk memperbaiki beberapa atribut negatif pada penelitian ini yang harus dilakukan oleh *Cafe Living Space Yogyakarta* adalah dengan memberikan fasilitas pendukung seperti musholla dan kamar mandi dalam 1 lantai dikarenakan cafe Living space di lantai 2 karena hal itu dapat mempermudah akses para pelanggan lebih mudah. Kemudian pihak *management Cafe Living Space Yogyakarta* menyediakan *tool box* khusus dan alat khusus *wrap* untuk bahan makanan khusus. Kemudian pihak Management harus mengatur *Purchase Order* sebaik mungkin untuk menghindari bahan makanan yang kadaluarsa atau berlebihan di ruang penyimpanan. Kemudian untuk perihal mengganti makanan yang tidak sesuai dengan menu, pihak management dapat menerima request menu dari pelanggan sehingga selera pelanggan dapat di penuhi oleh pihak perusahaan. Kemudian pihak management *Cafe Living Space Yogyakarta* harus mengadakan training terhadap karyawan agar karyawan tersebut melihat semua pelanggan mempunyai status yang sama. Kemudian untuk solusi bahasa dan ucapan, pihak management harus melakukan training terhadap karyawan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh pelanggan dan karyawan mampu memilih tata kelola bahasa yang benar kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aranningrum, W. (2013). Peningkatan Kualitas Pelayanan Pegawai Dengan Menggunakan Integrasi Metode Importance Performance Analysis (IPA)-Quality Function Deployment (QFD). *Jejaring Administrasi Publik. Th V*, Nomor 1.
- D, S. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmawan, A., & Wurjaningrum, F. (2014). Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Servqual, Importance Performance Analysis, Dan Quality Function Deployment Pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan Tahun 7*, No 3.
- Djarwanto, P., & Subagyo, P. (2010). *Statistika Induktif*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Donoriyanto, D. S. (2012). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual dan QFD di PT. APAS
- J.Supranto. (2006). *Peningkatan Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Karna, S. (2004). Analysing Customer Satisfaction And Quality In Construction-The Case Of Public And Private Construction. *Surveying And Real Estate Research, Special Series, Vol.2*.
- Lubis, M. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2*, Nomor 1.
- Melati, D. A., & Madiawati, P. N. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management, Vol.2*, No.3.
- Nasution. (2003). *Metode Research*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@TI Undip, Vol IX*, No 1.

- Pancawati, D., & Rukmana, O. (2012). Pengukuran Dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat Dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode Servqual Dan TRIZ Pada PT Pos Indonesia. *Program Teknik Industri, Universitas Islam Bandung*.
- Semuel, H., & Wijaya, N. (2009). Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, Dan Loyalty Pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 4, No. 1*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Jakarta: ALFABETA.
- Suryaningtyas, D., Harahab, N., & Riniwati, H. (2013). Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nelayan) Di UPDT Pangkalan Pendaratan Ikan (PPI) Popoh, Desa Besole Kecamatan Besuki Tulungagung, Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Ilmu Kelautan, 1(1)*, 43.
- Tjiptono. (T.Thn.). *Total Quality*. 2007.
- Wijaya, T. (2011). *MANAJEMEN KUALITAS JASA Desain Servqual, QFD, Dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: INDEKS.
- Yamit, Z. (2005 : 78). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Ekonisia.
- Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa (Vol. Edisi Pertama)*. EKONISIA.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN
DENGAN MENGINTEGRASIKAN METODE SERVQUAL
(SERVICE QUALITY) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS (IPA)
(Studi pada Pelanggan Living Space Cafe)

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara/i
Pelanggan Living Space Cafe

Dengan Hormat,
Bersama ini saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Rizqi Pratama
Pekerjaan : Mahasiswa Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia (UII)
NIM : 13522156

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode Servqual (Service Quality) dan Importance Performance Analysis (IPA)”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/ Ibu/ Sdr/ i lakukan berkaitan dengan apa yang Bapak/ Ibu/ Sdr/I rasakan terhadap produk makanan Living Space Cafe.

Semoga partisipasi yang Bpk/ Ibu/ Sdr/ i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Rizqi Pratama
NIM. 13522156

DAFTAR PERTANYAAN

Karakteristik Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama : (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Umur :
4. Frekuensi Kedatangan :
 - 1-3 kali
 - 4-5 kali
 - > 5 kali

Isilah tanda silang (X) pada jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr/i anggap paling cocok. (satu jawaban saja)

Keterangan :

Skala Kepuasan/Kenyataan

1 = Sangat Tidak Puas

2 = Tidak Puas

3 = Cukup

4 = Puas

5 = Sangat Puas

Skala Kepentingan/Harapan

1 = Sangat Tidak Penting

2 = Tidak Penting

3 = Cukup

4 = Penting

5 = Sangat Penting

ITEM PERNYATAAN:

Pertanyaan berikut merupakan pernyataan mengenai kualitas Layanan

No	Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
						Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)					
1	1	2	3	4	5	Memiliki area parkir yang cukup luas	1	2	3	4	5
2	1	2	3	4	5	Fasilitas pendukung (toilet, wastafel, tempat ibadah, <i>wifi</i>)	1	2	3	4	5
3	1	2	3	4	5	Memiliki interior dan dekorasi yang menarik	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5	Memiliki karyawan yang bersih dan rapi	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)					
5	1	2	3	4	5	Kecepatan karyawan dalam waktu penyajian	1	2	3	4	5
6	1	2	3	4	5	Kesesuaian menu yang disajikan	1	2	3	4	5
7	1	2	3	4	5	Kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten (tidak berubah-ubah)	1	2	3	4	5
8	1	2	3	4	5	Ketetapan Jadwal buka Cafe (16.00-01.00)	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)					
9	1	2	3	4	5	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan dari pelanggan	1	2	3	4	5
10	1	2	3	4	5	Karyawan yang selalu bersedia dalam membantu kebutuhan customer	1	2	3	4	5
11	1	2	3	4	5	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	1	2	3	4	5
12	1	2	3	4	5	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)					
13	1	2	3	4	5	Makanan disediakan dalam keadaan fresh dan terjamin keamanannya	1	2	3	4	5
14	1	2	3	4	5	Karyawan memberikan penjelasan informasi yang jelas tentang menu	1	2	3	4	5

No	Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
15	1	2	3	4	5	Kafe bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika makanan/minuman tidak sesuai dengan menu	1	2	3	4	5
16	1	2	3	4	5	Jaminan kehalalan produk	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Empathy</i> (Empati)					
17	1	2	3	4	5	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan konsumen	1	2	3	4	5
18	1	2	3	4	5	Perusahaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan konsumen	1	2	3	4	5
19	1	2	3	4	5	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	1	2	3	4	5
20	1	2	3	4	5	Karyawan memberikan ucapan “selamat datang” dan “Terima Kasih”	1	2	3	4	5

