

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Kualitas Pelayanan

Pada bab ini akan membahas analisis mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis pengolahan data terdiri dari analisis kualitas pelayanan di Waroeng Spesial Sambal (SS) menggunakan *SERVQUAL*. Dalam analisis *SERVQUAL* di penelitian ini memiliki enam dimensi, antara lain yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *environment* (lingkungan). Dari masing-masing variabel dimensi, dibuatlah pertanyaan yang berjumlah 30 pertanyaan untuk konsumen langsung, dan 17 pertanyaan untuk konsumen sekitar (warga).

Langkah pertama dalam pengolahan data ini adalah menghitung kecukupan data. Karena jumlah populasi untuk konsumen langsung tidak diketahui, maka ditentukanlah dahulu data yang akan didapatkan. Dan didapatkan hasil 68 responden dianggap cukup untuk penelitian ini dan 30 responden untuk konsumen sekitar (warga) dengan jarak 100 meter dari lokasi Waroeng Spesial Sambal (SS).

#### 5.2 Uji Validitas

Selanjutnya adalah dilakukan uji validitas data untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan mengukur apa yang ingin diukur. Data dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,1982. Pertama yang dilakukan adalah menghitung besarnya nilai  $r_{hitung}$  pada harapan konsumen. Dari uji validitas yang dilakukan, seluruh atribut yang digunakan nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ , maka seluruh atribut dinyatakan valid.

#### 5.3 Uji Reliabilitas

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Data dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alphanya lebih dari 0,6. Untuk persepsi konsumen memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,931. Karena  $0,931 > 0,6$ , maka data dinyatakan

reliabel. Untuk harapan konsumen memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,916. Karena  $0,916 > 0,6$ , maka data dinyatakan reliabel.

Uji reliabilitas juga dilakukan ke konsumen sekitar (warga). Selanjutnya dilakukan perhitungan validitas untuk persepsi konsumen sekitar (warga). Untuk keseluruhan persepsi, nilai *cronbach's alphanya* adalah 0,874. Karena  $0,874 > 0,6$ , maka data dinyatakan reliabel. Selanjutnya dilakukan perhitungan validitas untuk harapan konsumen sekitar (warga). Untuk keseluruhan harapan, nilai *cronbach's alphanya* adalah 0,835. Karena  $0,835 > 0,6$ , maka data dinyatakan reliabel. Data dikatakan reliabel berarti apabila atribut yang telah ditetapkan kemudian ditanyakan kembali, maka hasil yang diperoleh akan sama atau tidak jauh berbeda.

## **5.4 Analisis SERVQUAL**

### **5.4.1 Analisis *SERVQUAL* Konsumen Langsung**

#### *1. Tangible*

##### a. Meja dan kursi nyaman

Berdasarkan hasil analisis dari 'meja dan kursi nyaman', didapatkan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,71 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,03 dengan nilai selisih antara keduanya sebesar -0,31 dan ranking GAP 12. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas akan meja dan kursi yang nyaman. Hal ini dapat dikarenakan tempat duduk restoran tidak seperti tempat duduk di restoran modern yang menggunakan bantalan di bawahnya dan kebanyakan konsumen berumur di bawah 30 tahun yang di mana anak muda sering mengunjungi tempat makan-tempat makan baru yang menawarkan kursi dan meja yang lebih nyaman sehingga mempengaruhi penilaian harapan yang dikumpulkan.

##### b. Ruang Makan Bersih

Berdasarkan hasil analisis dari 'ruangan makan bersih', didapatkan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,77 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,40 dengan selisih -0,63 dan ranking GAP 25. Hal ini menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa konsumen belum puas akan kebersihan ruangan makan yang tersedia. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan kondisi ruang makan yang memang

saat jam sibuk para karyawan lebih fokus untuk melayani konsumen, dan terkadang saat konsumen baru datang dan duduk, meja dan kursi tersedia tidak dalam kondisi benar-benar bersih.

c. Penampilan rapih karyawan

Berdasarkan hasil analisis dari ‘penampilan rapih karyawan’, didapatkan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,89 dan nilai rata-rata harapan sebesar 3,94 dengan selisih sebesar -0,06 dan ranking GAP ke 4. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas akan penampilan rapih dari karyawan. Ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan karyawan tidak terlalu memperhatikan kondisi pakaian saat dalam jam sibuk dan lebih fokus dalam melayani konsumen. Namun dalam hal ini konsumen tidak terlalu mempermasalahakan karena dapat dilihat dari nilai *gap* yang didapatkan.

d. Kondisi toilet bersih

Berdasarkan hasil analisis dari ‘kondisi toilet bersih’, didapatkan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,56 dan nilai rata-rata untuk harapan sebesar 4,30 dengan selisih sebesar -0,71 dan ranking GAP ke 27. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat belum puas terhadap kondisi toilet yang ada. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan banyaknya konsumen yang jarang menggunakan toilet yang berada di restoran dan hanya menilai dari luar saja, atau karena pada saat jam sibuk, para karyawan lebih mementingkan melayani konsumen di ruang makan, hingga tidak setiap saat mengecek kondisi toilet, hal tersebut dapat mempengaruhi penilaian dari harapan konsumen terhadap kondisi toilet yang ada di restoran.

e. Tempat parkir luas

Berdasarkan hasil analisis dari ‘tempat parkir luas’, didapatkan nilai rata-rata persepsi sebesar 2,76 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,11 dengan selisih sebesar -1,36 dan ranking GAP ke 30. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat belum puas terhadap tempat parkir yang disediakan. Hal ini dikarenakan lokasi restoran yang berada di pinggir jalan yang dapat dibidang tidak lebar dan terkadang untuk mobil parkir dapat memakan sedikit badan jalan.

Hal tersebut sangat mempengaruhi kenyamanan konsumen di restoran.

f. Tata ruang restoran bagus

Berdasarkan hasil analisis dari ‘tata ruang restoran bagus’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,37 dan rata-rata harapan sebesar 3,77 dengan selisih sebesar -0,40 dan ranking GAP ke 18. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap tata ruang restoran. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan monotonnya tata letak restoran yang di mana kebanyakan hanya berjejer meja dan kursi saja.

g. Ketersediaan tempat ibadah

Berdasarkan hasil analisis dari ‘ketersediaan tempat ibadah’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,56 dan rata-rata harapan sebesar 4,06 dengan selisih sebesar -0,50 dan ranking GAP ke 22. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak puas terhadap tempat ibadah yang tersedia. Ketidakpuasan konsumen akan tempat ibadah yang tersedia dapat dikarenakan kondisi di dalam tempat ibadah yang dirasa kurang nyaman di mana kondisi sajadah dan lain-lain dirasa tidak berbau wangi. Hal ini dapat diatasi dengan kesediaan restoran untuk secara berkala mencuci peralatan ibadah yang disediakan dan dapat memberi pewangi ruangan di tempat ibadah tersebut.

2. *Reliability*

a. Harga produk dalam menu sesuai dengan tagihan akhir

Berdasarkan hasil analisis dari ‘harga produk sesuai dengan tagihan akhir’ didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,31 dan rata-rata harapan sebesar 4,36 dengan selisih -0,04 dan ranking GAP ke 2. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit tidak puas terhadap tagihan akhir. Namun *gap* yang didapatkan bernilai kecil sehingga dapat dikatakan hanya beberapa konsumen yang merasa tidak puas dengan tagihan akhir yang ditagih di kasir.

b. Menu yang dipesan sesuai dengan yang tergambar di daftar menu

Berdasarkan hasil analisis dari ‘menu yang dipesan sesuai dengan yang tergambar di daftar menu’, didapatkan hasil rata-rata persepsi

sebesar 4,07 dan rata-rata harapan sebesar 4,20 dengan selisih -0,13 dan ranking GAP ke 7. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit tidak puas terhadap menu yang disediakan. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan gambar yang terpampang di dinding terlihat lebih menggoda dibandingkan menu yang datang, hal ini wajar karena gambar yang di dinding dapat diedit menggunakan aplikasi tertentu dan teknik mengambil gambar tertentu hingga membuat menu makanan yang difoto terlihat lebih baik untuk mengundang keinginan konsumen memesan makanan tersebut.

c. Kemudahan pembayaran

Berdasarkan hasil analisis dari ‘kemudahan pembayaran’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,90 dan hasil rata-rata harapan sebesar 4,21 dengan selisih GAP -0,31 dan ranking GAP ke 14. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih belum puas dengan kemudahan pembayaran di restoran Waroeng Spesial Sambal SS. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan tidak adanya jenis pembayaran lain selain tunai seperti menggunakan debit atau kredit yang membuat konsumen harus menyiapkan uang tunai untuk dapat membayar makanan yang telah dipesan.

d. Penyajian makanan cepat

Berdasarkan hasil analisis dari ‘penyajian makanan cepat’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,10 dan hasil rata-rata harapan sebesar 4,34 dengan selisih GAP -1,24 dan ranking GAP ke 29. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat tidak puas dengan kecepatan penyajian makanan. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan lamanya waktu tunggu makanan, hal ini dapat dikarenakan pada saat jam sibuk, banyak konsumen yang datang dan memesan makanan, dan menu makanan yang dipesan konsumen pun harus diolah terlebih dahulu sebelum dihidangkan ke konsumen. Waktu tunggu yang lama itulah yang dirasa tidak membuat konsumen puas.

e. Rasa makanan yang dihidangkan enak

Berdasarkan hasil analisis dari ‘rasa makanan yang dihidangkan enak’, didapatkan hasil rata-rata persepsi 4,17 dan rata-rata harapan

sebesar 4,50 dengan selisih GAP -0,33 dan ranking GAP ke 15. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan rasa makanan yang dihidangkan. Beberapa konsumen mungkin memiliki harapan yang lebih tinggi terkait beberapa menu makanan yang mungkin mereka pernah makan di tempat lain.

### 3. *Responsiveness*

#### a. Karyawan dengan cepat melayani pelanggan

Berdasarkan hasil analisis ‘karyawan dengan cepat melayani pelanggan’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,90 dan rata-rata harapan sebesar 4,27 dengan selisih -0,37 dan ranking GAP ke 16. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan kecepatan karyawan melayani pelanggan. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan pada jam-jam sibuk dan terdapat banyak konsumen, karyawan tidak dapat melayani seluruh konsumen sekaligus, oleh karena itu karyawan melayani konsumen satu persatu. Beberapa konsumen mungkin merasa ketidakpuasan karena hal tersebut.

#### b. Restoran dengan cepat memproses keluhan pelanggan

Berdasarkan hasil analisis ‘restoran dengan cepat memproses keluhan pelanggan’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,84 dan rata-rata harapan sebesar 4,29 dengan selisih -0,44 dan ranking GAP ke 20. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan kecepatan karyawan melayani pelanggan. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan beberapa konsumen yang mempunyai keluhan terkait pelayanan terkadang harus menunggu untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan, baik itu terkait menu makanan atau yang lain-lain.

#### c. Karyawan dapat menangani segala permintaan konsumen

Berdasarkan hasil analisis ‘karyawan dapat menangani segala permintaan konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,86 dan rata-rata harapan sebesar 4,14 dengan selisih -0,29 dan ranking GAP ke 11. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen. ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan pada saat restoran

dalam keadaan ramai, karyawan akan memprioritaskan konsumen terkait pemesanan makanan terlebih dahulu dibanding permintaan tambahan dari konsumen.

- d. Karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen tentang menu tersedia

Berdasarkan hasil analisis ‘karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen tentang menu tersedia’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,19 dan rata-rata harapan sebesar 4,26 dengan selisih -0,07 dan ranking GAP ke 5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas dengan jawaban karyawan mengenai menu tersedia. *Gap* yang terjadi dapat dikarenakan beberapa konsumen bertanya tentang teknis menu yang dihidangkan, namun dari *gap* yang dihasilkan tidak terlalu tinggi maka kinerja dari atribut ini tidaklah buruk dan karyawan diyakini dapat menjawab hampir seluruh pertanyaan konsumen.

- e. Mudah dalam pemesanan menu makanan

Berdasarkan hasil analisis ‘mudah dalam pemesanan menu makanan’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,19 dan rata-rata harapan sebesar 4,26 dengan selisih -0,07 dan ranking *gap* ke 5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas dengan kemudahan pemesanan menu makanan. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan pada saat jam sibuk, konsumen diharuskan memanggil karyawan yang di mana karyawan juga sedang melayani konsumen lain. Namun jika dilihat dari *gap* yang dihitung, dapat dikatakan kinerja dari atribut ini tidaklah terlalu buruk.

#### 4. Assurance

- a. Makanan yang disajikan halal

Berdasarkan hasil analisis ‘makanan yang disajikan halal’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,54 dan rata-rata harapan sebesar 4,60 dengan selisih -0,06 dan ranking GAP ke 3. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas dengan informasi kehalalan makanan.

b. Makanan yang disajikan fresh (baru dimasak)

Berdasarkan hasil analisis ‘makanan yang disajikan fresh (baru dimasak)’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,30 dan rata-rata harapan sebesar 4,56 dengan selisih -0,26 dan ranking GAP ke 9. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas dengan hidangan yang diterima. Hal ini dapat dikarenakan makanan yang datang tidak terlalu panas saat dihidangkan ke konsumen.

c. Parkir kendaraan aman

Berdasarkan hasil analisis ‘parkir kendaraan aman’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,69 dan rata-rata harapan sebesar 4,40 dengan selisih -0,71 dan ranking GAP ke 28. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat belum puas dengan keamanan parkir kendaraan. Hal ini mungkin dikarenakan petugas parkir tidak selalu mengawasi kendaraan yang terparkir di depan restoran.

d. Makanan yang dihidangkan aman dikonsumsi

Berdasarkan hasil analisis ‘makanan yang dihidangkan aman dikonsumsi’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,24 dan rata-rata harapan sebesar 4,56 dengan selisih -0,31 dan ranking GAP ke 12. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan informasi keamanan makanan yang diketahui oleh konsumen.

e. Penggantian makanan jika makanan yang datang bermasalah

Berdasarkan hasil analisis ‘penggantian makanan jika makanan yang datang bermasalah’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,99 dan rata-rata harapan sebesar 4,41 dengan selisih -0,43 dan ranking GAP ke 19. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan jaminan penggantian makanan bermasalah. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan perbedaan keinginan konsumen dengan layanan hidangan restoran.

5. *Emphaty*

a. Komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen

Berdasarkan hasil analisis ‘komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,04 dan rata-rata harapan sebesar 4,30 dengan selisih -0,26 dan ranking GAP ke 9. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas



dengan kemudahan pemesanan menu makanan dan komunikasi yang diberikan karyawan kepada konsumen. Sangat jarang karyawan mendatangi konsumen duluan dan menanyakan kondisi konsumen. Hal ini yang mungkin menciptakan *gap* pada atribut ini.

- b. Karyawan memilihkan tempat duduk yang sesuai dengan konsumen  
Berdasarkan hasil analisis ‘karyawan memilihkan tempat duduk yang sesuai dengan konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,04 dan rata-rata harapan sebesar 4,00 dengan selisih 0,04 dan ranking GAP ke 1. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sudah puas dengan pemilihan tempat duduk yang sesuai oleh karyawan. Atribut ini menjadi satu-satunya atribut yang memuaskan konsumen. Hal ini dikarenakan pada saat konsumen masuk restoran, karyawan menanyakan berapa jumlah rombongan konsumen dan apakah ingin di zona merokok atau tidak dan konsumen merasa karyawan tepat memilihkan tempat duduk yang sesuai untuk keinginan dan kebutuhan konsumen.
- c. Karyawan dapat membantu konsumen jika dibutuhkan  
Berdasarkan hasil analisis ‘komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 4,11 dan rata-rata harapan sebesar 4,29 dengan selisih -0,17 dan ranking GAP ke 8. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sedikit belum puas dengan ketersediaan karyawan membantu konsumen. Umumnya karyawan akan membantu konsumen, namun pada saat yang sibuk karyawan akan melayani konsumen yang lebih membutuhkan terlebih dahulu.
- d. Penyelesaian masalah yang diberikan restoran terkait masalah konsumen baik  
Berdasarkan hasil analisis ‘penyelesaian masalah yang diberikan restoran terkait masalah konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,87 dan rata-rata harapan sebesar 4,26 dengan selisih -0,39 dan ranking GAP ke 17. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan penyelesaian masalah yang ditawarkan restoran dan mungkin adanya perbedaan keinginan yang ditawarkan restoran dan keinginan konsumen.

## 6. *Environment*

### a. Kebisingan dalam restoran dalam batas normal

Berdasarkan hasil analisis ‘kebisingan dalam restoran dalam batas normal’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,51 dan rata-rata harapan sebesar 3,96 dengan selisih -0,44 dan ranking GAP ke 21. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan tingkat kebisingan di restoran. Ketidakpuasan konsumen dapat disebabkan pada kondisi restoran ramai, kebisingan menjadi sangat meningkat dikarenakan para konsumen bercengkrama satu sama lain.

### b. Tidak ada aroma yang mengganggu di restoran

Berdasarkan hasil analisis ‘tidak ada aroma yang mengganggu di restoran’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,71 dan rata-rata harapan sebesar 4,30 dengan selisih -0,59 dan ranking GAP ke 24. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak puas dengan aroma yang ada di restoran.

### c. Sirkulasi udara baik

Berdasarkan hasil analisis ‘penyelesaian masalah yang diberikan restoran terkait masalah konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,59 dan rata-rata harapan sebesar 4,27 dengan selisih -0,69 dan ranking GAP ke 26. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen sangat tidak puas dengan sirkulasi udara di restoran. Hal ini dapat dikarenakan konsumen menganggap tata letak atau bentuk restoran tidak menghasilkan sirkulasi udara yang memuaskan.

### d. Pembuangan sampah tidak mengganggu konsumen

Berdasarkan hasil analisis ‘pembuangan sampah tidak mengganggu konsumen’, didapatkan hasil rata-rata persepsi sebesar 3,91 dan rata-rata harapan sebesar 4,41 dengan selisih -0,50 dan ranking GAP ke 23. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas dengan penyelesaian masalah yang ditawarkan restoran. Hal ini dapat dikarenakan tempat sampah yang disediakan membuat konsumen tidak nyaman saat melihatnya.

#### 5.4.2 Analisis Dimensi *SERVQUAL* Konsumen Langsung

Pada populasi konsumen langsung, terdapat 6 dimensi kualitas pelayanan. Pada analisis ini akan menghitung nilai Q yang berarti nilai dari kualitas pelayanan tiap dimensi, di mana jika nilai  $Q \geq 1$ , maka pelayanan pada dimensi tersebut sudah memuaskan. Pada dimensi *tangible*, nilai rata-rata persepsi adalah 3,52 dan nilai rata-rata harapan adalah 4,09 dengan GAP sebesar -0,57 dengan nilai Q sebesar 0,861. Dimensi *reliability* dengan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,91 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,36 dengan nilai GAP sebesar -0,45 dan nilai Q sebesar 0,897. Pada dimensi *responsiveness* nilai rata-rata persepsi adalah 3,99 dan nilai rata-rata harapan 4,24 dengan nilai GAP sebesar -0,25 dan nilai Q sebesar 0,941. Pada dimensi *assurance*, nilai persepsi sebesar 4,15 dan nilai harapan sebesar 4,51 dengan nilai selisih sebesar -0,35 dan nilai Q sebesar 0,921. Pada dimensi *emphaty*, nilai rata-rata persepsi sebesar 4,02 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,21 dengan selisih -0,19 dan nilai Q sebesar 0,954. Terakhir, dimensi *environment* dengan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,68 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,24 dengan selisih sebesar -0,55 dan nilai Q sebesar 0,869. Dari nilai Q di atas, belum ada yang melebihi nilai 1, maka dapat dikatakan keenam dimensi belum memenuhi kepuasan konsumen. Nilai Q terendah ada pada dimensi *tangible*. Dimensi *tangible* memiliki nilai terendah dikarenakan beberapa atribut memiliki nilai *gap* yang tinggi yaitu “tempat parkir luas”, “kondisi toilet bersih”, “ruangan makan bersih”, dan “ketersediaan tempat ibadah”. Atribut “tempat parkir luas” pada dimensi *tangible* yang menyumbang *gap* tertinggi diikuti dimensi dengan *gap* tinggi lainnya membuat dimensi ini memiliki kepuasan yang rendah.

#### 5.4.3 Analisis *SERVQUAL* Konsumen Sekitar (Warga)

##### 1. *Tangibles*

##### a. Parkir kendaraan pengunjung restoran tidak mengganggu

Pada pertanyaan ‘parkir kendaraan pengunjung restoran tidak mengganggu’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,27 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,37 dengan nilai GAP -1,10 dan ranking 16. Hal ini berarti konsumen sekitar sangat tidak puas dengan parkir kendaraan yang tersedia.

b. Restoran terlihat bersih

Pada pertanyaan 'restoran terlihat bersih' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,83 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,27 dengan nilai GAP -0,43 dan ranking 1. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan kebersihan restoran yang ditampakkan.

c. Adanya tempat pembuangan sampah khusus restoran

Pada pertanyaan 'adanya tempat pembuangan sampah khusus restoran' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,87 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,43 dengan nilai GAP -0,57 dan ranking 5. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan tempat pembuangan sampah khusus yang tersedia.

2. *Responsiveness*

a. Restoran dengan cepat memproses keluhan warga sekitar

pada pertanyaan 'restoran dengan cepat memproses keluhan warga sekitar' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,53 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,43 dengan nilai GAP -0,90 dan ranking 14. Hal ini berarti konsumen sekitar tidak puas dengan kecepatan restoran memproses keluhan.

b. Restoran dapat memenuhi segala persyaratan/saran warga sekitar

Pada pertanyaan 'restoran dapat memenuhi segala persyaratan/saran warga sekitar' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,50 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,23 dengan nilai GAP -0,73 dan ranking 9. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan kesediaan restoran memenuhi keinginan warga.

c. Restoran sigap membantu permasalahan lingkungan sekitar

Pada pertanyaan 'restoran sigap membantu permasalahan lingkungan sekitar' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,40 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,23 dengan nilai GAP -0,83 dan ranking 10. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan tempat pembuangan sampah khusus yang tersedia\Assurance

a. Restoran dapat menjaga ketertiban

Pada pertanyaan 'restoran dapat menjaga ketertiban' memiliki nilai rata-rata persepsi 3,63 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,47 dengan nilai

GAP -0,83 dan ranking 10. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan kinerja restoran dalam menjaga ketertiban.

b. Restoran dapat mengatasi segala keluhan/saran warga

Pada pertanyaan ‘restoran dapat mengatasi segala keluhan/saran warga’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,83 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,40 dengan nilai GAP -0,57 dan ranking 5. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan cara restoran mengatasi segala keluhan/saran warga.

c. Parkiran restoran aman

Pada pertanyaan ‘parkiran restoran aman’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,87 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,40 dengan nilai GAP -0,53 dan ranking 4. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan keamanan parkiran restoran.

d. Restoran dapat menyajikan menu layak konsumsi

Pada pertanyaan ‘restoran dapat menyajikan menu layak konsumsi’ memiliki nilai rata-rata persepsi 4,07 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,57 dengan nilai GAP -0,50 dan ranking 3. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan informasi kelayakan konsumsi makanan restoran.

4. *Environment*

a. Kebisingan restoran dalam batas normal

Pada pertanyaan ‘kebisingan restoran dalam batas normal’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,87 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,60 dengan nilai GAP -0,73 dan ranking 8. Hal ini berarti konsumen sekitar tidak puas dengan kebisingan yang ditimbulkan oleh restoran.

b. Tidak ada aroma yang mengganggu dari restoran

Pada pertanyaan ‘tidak ada aroma yang mengganggu dari restoran’ memiliki nilai rata-rata persepsi 4,07 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,53 dengan nilai GAP -0,47 dan ranking 2. Hal ini berarti konsumen sekitar sedikit tidak puas dengan aroma yang tercium dari restoran.

c. Keberadaan restoran memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar

Pada pertanyaan ‘keberadaan restoran memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,57 dan nilai rata-

rata harapan sebesar 4,47 dengan nilai GAP -0,90 dan ranking 13. Hal ini berarti konsumen sekitar tidak puas dengan pengaruh yang ditimbulkan oleh keberadaan restoran bagi lingkungan.

d. Pembuangan sampah tidak mengganggu lingkungan sekitar

Pada pertanyaan ‘pembuangan sampah tidak mengganggu lingkungan sekitar’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,83 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,67 dengan nilai GAP -0,83 dan ranking 10. Hal ini berarti konsumen sekitar tidak puas dengan aktivitas pembuangan sampah yang dilakukan restoran. Pada pertanyaan ‘keramaian restoran tidak mengganggu sekitar’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,97 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,57 dengan nilai GAP -0,60 dan ranking 7. Hal ini berarti konsumen sekitar tidak puas dengan efek keramaian yang ditimbulkan oleh restoran. Pada pertanyaan ‘limbah dari restoran tidak mencemari lingkungan’ memiliki nilai rata-rata persepsi 3,83 dan nilai rata-rata harapan sebesar 4,77 dengan nilai GAP -0,93 dan ranking 15. Hal ini berarti konsumen sekitar sangat tidak puas dengan limbah yang keluar dari restoran.

Dari hasil perhitungan yang dilakukan, diketahui atribut yang mempunyai nilai *gap* tertinggi adalah atribut ‘parkir kendaraan pengunjung restoran tidak mengganggu’. Ketidakpuasan konsumen dapat dikarenakan kondisi restoran yang berada di pinggir jalan dan terkadang memakan sedikit bahu jalan untuk parkir kendaraan. Hal ini dapat mengganggu konsumen (warga) sekitar. Selain itu, atribut yang memiliki nilai *gap* tertinggi adalah ‘limbah dari restoran tidak mencemari lingkungan’. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya informasi atau pengetahuan warga terkait pembuangan limbah dari restoran. Lalu atribut yang juga memiliki *gap* tertinggi adalah ‘restoran dengan cepat memproses keluhan warga sekitar’. Ketidakpuasan konsumen sekitar dapat dikarenakan kurangnya ketanggapan restoran terhadap keluhan yang diberikan oleh warga, sebagai contoh adalah masalah parkir dan limbah.

#### 5.4.4 Analisis Dimensi SERVQUAL Konsumen Sekitar (Warga)

Analisis perhitungan tiap dimensi dilakukan guna mengetahui seberapa besar kinerja pada tiap dimensi. Di mana jika nilai  $Q \geq 1$  maka dimensi dianggap memuaskan. Pada dimensi *tangible* nilai rata-rata persepsi sebesar 3,66 dan rata-rata harapan 4,36 dengan *GAP* sebesar -0,70 dan nilai *Q* sebesar 0,839. Pada dimensi *responsiveness* nilai rata-rata persepsi sebesar 3,48 dan rata-rata harapan 4,30 dengan *GAP* sebesar -0,82 dan nilai *Q* sebesar 0,808. Pada dimensi *assurance* nilai rata-rata persepsi sebesar 3,85 dan rata-rata harapan 4,46 dengan *GAP* sebesar -0,61 dan nilai *Q* sebesar 0,863. Pada dimensi *environment* nilai rata-rata persepsi sebesar 3,86 dan rata-rata harapan 4,60 dengan *GAP* sebesar -0,74 dan nilai *Q* sebesar 0,838. Dilihat dari nilai *Q* yang telah didapatkan, bahwa tidak ada dimensi yang dapat dikatakan memuaskan. Dimensi dengan nilai paling rendah adalah *responsiveness* dengan nilai 0,808 dan dimensi dengan nilai paling tinggi yaitu *assurance* dengan nilai 0,863. Hal ini menandakan bahwa restoran kurang tanggap dalam memproses keinginan dari konsumen sekitar karena berfokus pada konsumen langsung.

#### 5.5 Analisis Saran Perbaikan

Berdasarkan perhitungan *gap Servqual* yang telah dilakukan, diketahui yang memiliki *gap* tertinggi untuk konsumen langsung adalah 'tempat parkir luas' dan 'penyajian makanan cepat'. Untuk 'tempat parkir luas' memiliki nilai *gap* yaitu -1,36 dan 'penyajian makanan cepat' memiliki *gap* sebesar -1,24. Adapun hal yang dapat dilakukan restoran adalah bisa melibatkan konsumen sekitar dalam pengaturan parkir restoran agar parkir dapat lebih teratur dan tidak mengganggu konsumen sekitar dalam beraktivitas. Atau dapat memberi sumbangsih dana atau pembagian hasil kepada konsumen sekitar jika lahan konsumen sekitar sewaktu-waktu terpakai karena banyaknya konsumen langsung yang datang ke restoran. Dan untuk atribut 'penyajian makanan cepat' dirasa masih mengecewakan konsumen. salah satu prinsip mengenai antrian tunggu oleh Maister (1985) adalah 'waktu luang terlihat lebih lama dibanding waktu tidak luang'. Jika konsumen diberikan suatu aktivitas sembari menunggu, waktu tunggu akan terasa lebih singkat. Restoran bisa menyediakan bahan bacaan untuk mengatasi perasaan konsumen yang bosan untuk mengalihkan perhatian konsumen dari perasaan lama menunggu

makanan. Beberapa restoran meninggalkan menu mereka di meja atau menempelkan gambar menu mereka di dinding agar konsumen membaca selagi menunggu antrian. Atau pihak restoran dapat mengadaptasi strategi *postponement*. *Postponement* adalah strategi di mana menunda beberapa aktivitas hingga permintaan diketahui. *Postponement* mengacu pada penundaan beberapa keputusan dalam proses produksi sehingga lebih dapat menyesuaikan produk atau komponen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Prasad, 2005). Salah satu strategi *postponement* yang dapat dilakukan adalah *manufacturing postponement* yaitu di mana restoran menyiapkan produk setengah jadi terlebih dahulu sampai adanya permintaan konsumen lalu diolah menjadi produk jadi, misalnya telah menyiapkan sayuran yang telah dipotong, bahan minuman yang setengah dipersiapkan sebelumnya, lalu ikan atau ayam sebagai menu favorit yang telah dimasak terlebih dahulu guna memangkas waktu tunggu pelayanan, lalu jika ada pesanan konsumen datang restoran dapat memanaskan ayam atau ikan tersebut. Pihak restoran sendiri harus memperbaiki atau mengoptimalkan sistem manajemen pelayanan makanan agar makanan yang dipesan dapat dihidangkan dengan lebih cepat.

Untuk konsumen sekitar, hasil perhitungan gap menunjukkan atribut 'parkir kendaraan pengunjung restoran tidak mengganggu' memiliki nilai gap tertinggi dengan nilai -1,10 dan atribut 'limbah dari restoran tidak mencemari lingkungan' memiliki nilai gap sebesar -0,93. Adapun hal yang dapat dilakukan oleh pihak restoran terkait masalah parkir adalah melibatkan konsumen sekitar dalam penataan parkir restoran agar tidak muncul aduan dari konsumen sekitar tentang penataan parkir oleh restoran. Dan untuk atribut 'limbah restoran tidak mencemari lingkungan'. Hal ini mungkin terjadi karena kurangnya informasi mengenai penanganan limbah cair dan fisik dari restoran dan hubungannya dengan ketakutan konsumen sekitar akan dampak yang ditimbulkan dari adanya limbah yang tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, pihak restoran haruslah memberi informasi kepada konsumen sekitar dan juga perlu menyediakan tempat sampah di depan restoran agar konsumen langsung tidak membuang sampah sembarangan yang dapat mengotori lingkungan sekitar. Adapun lagi hal yang dapat restoran lakukan dalam hubungannya dengan konsumen langsung, Principato (2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa hampir seluruh manajer restoran menyatakan



telah menjalankan tindakan guna mengurangi limbah makanan diantaranya melakukan manajemen pembelian atau '*day-to-day booking system*', selain itu pihak restoran mengizinkan konsumen membawa pulang makanan dengan menyediakan kotak *doggy bag*. Terakhir mereka biasanya melakukan pembekuan makanan menggunakan *freezer* atau menggunakan *vacuum sealer* untuk mengurangi limbah makanan. Dari penelitian tersebut dapat diambil manfaatnya dengan pihak restoran SS melalui karyawannya menawarkan membungkus makanan jika melihat ada makanan yang konsumen tidak selesai atau tidak habis.

Walau hampir setiap atribut memiliki nilai negatif, Parasuraman (1988) berpendapat bahwa adalah hal biasa untuk para konsumen mempunyai ekspektasi yang melebihi dari pelayanan yang diberikan. Ini menunjukkan bahwa adanya ruang untuk peningkatan di setiap atribut yang ada. Oleh karena itu nilai negatif yang dihasilkan dari perhitungan ini belum tentu dapat diartikan sebagai pelayanan yang buruk, namun bisa juga diartikan bahwa dalam atribut tersebut ada ruang untuk peningkatan di masa depan.