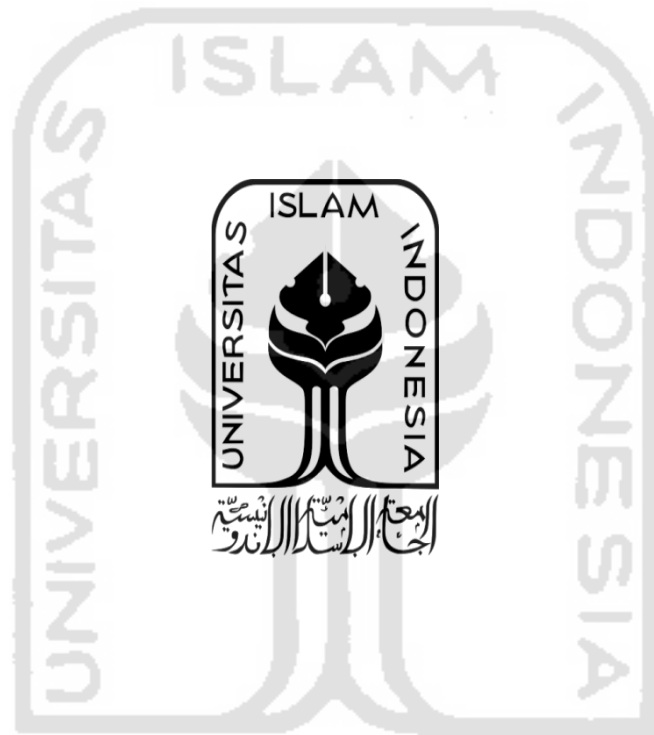


**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
(Studi Kasus Pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Nama : Muhammad Anggy Azhari

No. Mahasiswa : 12 522 145

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2017**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
(Studi Kasus Pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan)**

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhammad Anggy Azhari

No. Mahasiswa : 12 522 145

Fak/Jurusan : FTI/Teknik Industri

Yogyakarta, 18 Juli 2017

Pembimbing,

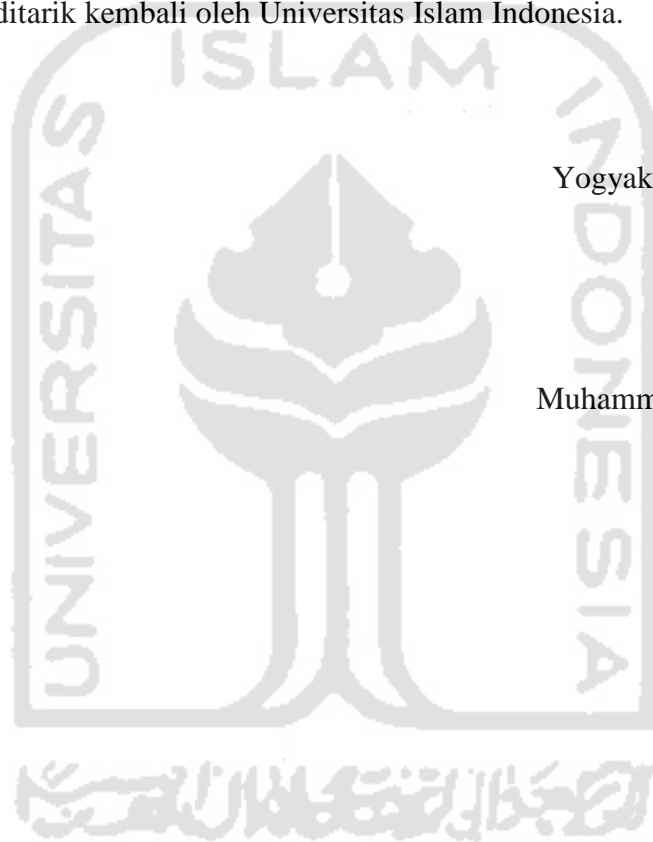
(Drs. R. Abdul Djalal, MM)

PERNYATAAN KEASLIAN

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

Yogyakarta, 14 Juni 2017

Muhammad Anggy Azhari



PERNYATAAN KEASLIAN

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

Yogyakarta, 14 Juni 2017




Muhammad Anggy Azhari

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

SURAT KETERANGAN



RESTORAN DANDITO

Jl. M. Iswahyudi, Gn. Bakaran, Balikpapan. Telp. 0542-764367, email: cvrestodandito@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 020/DNT/IV/2017

Balikpapan, 8 April 2017

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyas Ayank P.
Jabatan : Administrasi
Alamat : Jl. Marsma Iswahyudi RT. 56 No. 71, Gn. Bakaran, Balikpapan

Menyatakan bahwa

Nama : Muhammad Anggy Azhari
NIM : 12522145
Jurusan : Teknik Industri
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Bahwa pada tanggal 15 Maret 2017 s/d 8 April 2017 Saudara Muhammad Anggy telah melaksanakan penelitian tugas akhir di Restoran Dandito dengan judul: **"Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Dengan Pendekatan Metode Servqual dan Importance Performance analysis (IPA)"**

Demikian, surat ini dilampirkan dan dapat digunakan sesuai fungsinya

Hormat Saya,

Dyas Ayank P.
Administrasi

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
(Studi Kasus Pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan)****TUGAS AKHIR**

Oleh

Nama : Muhammad Anggy Azhari

No. Mahasiswa : 12522145

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

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Tim Penguji

Drs. R. Abdul Djalal, MM.

Ketua

Dr. Taufiq Immawan, S.T., MM.

Anggota I

Vembri Noor Helia, S.T., M.T.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia

Yuli Agusti Rochman, S.T., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Kupersembahkan karya sederhana ini.....

Kepada Ayahanda H. Ardiansyah dan Ibunda Hj. Herlina tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan doa yang tak kunjung henti serta pengorbanan yang tak terbalaskan.

Kepada Kakak Muhammad Edo Zachrizal dan Adikku tersayang Farahdella Rizqia Putri tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan masukan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan..

Kepada Bapak Drs. R. Abdul Djalal, MM. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir saya, terima kasih atas bantuan, nasihat, motivasi dan bimbingannya selama ini.

Serta sahabat-sahabat dan keluarga besar mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, inspirasi, menyumbangkan tenaga, dan membuat hidup lebih berarti.

*Terimakasih atas doa dan dukungannya, semoga selalu dalam lindungan-Nya
Amin.*

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”

(Al-Ankabut: 6)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan”

(Al-insyirah:6)

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

(HR. Muslim)

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



RESTORAN DANDITO

Jl. M. Iswahyudi, Gn. Bakaran, Balikpapan. Telp. 0542-764367, email: cvrestodandito@yahoo.co.id

SURAT KETERANGAN
Nomor : 020/DNT/IV/2017

Balikpapan, 8 April 2017

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dyas Ayank P.
 Jabatan : Administrasi
 Alamat : Jl. Marsma Iswahyudi RT. 56 No. 71, Gn. Bakaran, Balikpapan

Menyatakan bahwa

Nama : Muhammad Anggy Azhari
 NIM : 12522145
 Jurusan : Teknik Industri
 Universitas : Universitas Islam Indonesia

Bahwa pada tanggal 15 Maret 2017 s/d 8 April 2017 Saudara Muhammad Anggy telah melaksanakan penelitian tugas akhir di Restoran Dandito dengan judul: **“Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Dengan Pendekatan Metode Servqual dan Importance Performance analysis (IPA)”**

Demikian, surat ini dilampirkan dan dapat digunakan sesuai fungsinya

Hormat Saya,

Dyas Ayank P.
 Administrasi

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

iv

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
(Studi Kasus Pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan)


TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhammad Anggy Azhari
No. Mahasiswa : 12 522 145
Fak/Jurusan : FTI/Teknik Industri

Yogyakarta, Juni 2017

Pembimbing,


(Drs. R. Abdul Djalal, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(Studi Kasus Pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Muhammad Anggy Azhari

No. Mahasiswa : 12522145

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

Yogyakarta, 21 Agustus 2017

Tim Penguji

Drs. R. Abdul Djalal, MM.

Ketua

Dr. Taufiq Immawan, S.T., MM.

Anggota I

Vembri Noor Helia, S.T., M.T.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Agus Rochman, S.T., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin...

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Kupersembahkan karya sederhana ini.....

Kepada Ayahanda H. Ardiansyah dan Ibunda Hj. Herlina tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan doa yang tak kunjung henti serta pengorbanan yang tak terbalaskan.

Kepada Kakak Muhammad Edo Zachrizal dan Adikku tersayang Farahdella Rizqia Putri tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan masukan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan..

Kepada Bapak Drs. R. Abdul Djalal, MM. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir saya, terima kasih atas bantuan, nasihat, motivasi dan bimbingannya selama ini.

Serta sahabat-sahabat dan keluarga besar mahasiswa Teknik Industri Universitas Islam Indonesia yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, inspirasi, menyumbangkan tenaga, dan membuat hidup lebih berarti.

*Terimakasih atas doa dan dukungannya, semoga selalu dalam lindungan-Nya
Amin.*

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”

(Al-Ankabut: 6)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Sungguh, bersama kesukaran pasti ada kemudahan”

(Al-Insyirah:6)

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

(HR. Muslim)

لَا يَجِدُ كَثِيرًا مِّنْ قَوْمٍ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَارِمُونَ

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 Tingkat Kepuasan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*” 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 Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc., Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman ST., M.Eng 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 skripsi.
4. Kedua orang tuaku tercinta, yakni H. Ardiansyah dan Hj. Herlina yang selalu memberikan kasih sayang, kepercayaan, motivasi, doa yang tidak pernah ada habisnya, yang rela berkorban demi apapun. Yang akan menjadi inspirasi terhebat untuk melangkah maju dan mewujudkan impian.
5. Kakak Muhammad Edo Zachrizal serta adikku Farahdella Rizqia Putri tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan masukan
6. Bapak Rudy Setiawan dan Dandy Aviadien Putra selaku pemilik Restoran Kepiting Dandito Balikpapan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Sahabat serta orang terdekatku Elizka Verinna, Rolandi, Himawan dan Ginandia yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan semangat.
8. Keluarga Teknik Industri angkatan 2012 yang telah memberikan motivasi, inspirasi, dan selalu membantu untuk perjalanan kuliahku.
9. 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'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Juni 2017



Muhammad Anggy Azhari



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 Tingkat Kepuasan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*” 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 Dr. Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc., Selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman ST., M.Eng 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 skripsi.
4. Kedua orang tuaku tercinta, yakni H. Ardiansyah dan Hj. Herlina yang selalu memberikan kasih sayang, kepercayaan, motivasi, doa yang tidak pernah ada habisnya, yang rela berkorban demi apapun. Yang akan menjadi inspirasi terhebat untuk melangkah maju dan mewujudkan impian.
5. Kakak Muhammad Edo Zachrizal serta adikku Farahdella Rizqia Putri tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, doa, dan masukan
6. Bapak Rudy Setiawan dan Dandy Aviadien Putra selaku pemilik Restoran Kepiting Dandito Balikpapan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
7. Sahabat serta orang terdekatku Elizka Verinna, Rolandi, Himawan dan Ginandia yang selalu memberikan bantuan, motivasi dan semangat.
8. Keluarga Teknik Industri angkatan 2012 yang telah memberikan motivasi, inspirasi, dan selalu membantu untuk perjalanan kuliahku.
9. 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'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, Juni 2017



Muhammad Anggy Azhari

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Induktif	7
2.2 Kajian Deduktif	11
2.2.1 Jasa	11
2.2.2 Karakteristik Jasa	12
2.2.3 Kualitas Jasa	12
2.2.4 Kualitas Pelayanan Jasa	13
2.2.5 Kepuasan Konsumen	14
2.2.6 Restoran	16
2.2.7 <i>Importance Performance Analysis</i>	16
2.2.8 <i>SERVQUAL</i>	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	19

3.2	Metode Pengumpulan Data	19
3.3	Populasi dan Sampel	19
3.4	Skala <i>Likert</i>	20
3.5	Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Layanan.....	20
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.7	Jenis Data	22
3.8	<i>Flow Chart</i> Penelitian	24
3.9	Penjelasan <i>Flow Chart</i> Penelitian	26
3.10	Pengujian Alat Ukur.....	28
3.11	Pengolahan Data <i>Servqual</i>	31
3.12	Analisis Data	31
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1	Pengumpulan Data	32
4.1.1	Sejarah Perusahaan	32
4.2	Pengolahan Data Profil Responden.....	32
4.3	Uji Validitas	35
4.3.1	Uji Validitas Persepsi Pelanggan	42
4.3.2	Uji Validitas Harapan Pelanggan.....	38
4.4	Uji Reliabilitas	40
4.5	Pengolahan Data <i>Servqual</i>	44
4.5.1	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	44
4.5.2	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	44
4.5.3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	45
4.5.4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	46
4.5.5	<i>Emphaty</i> (Empati)	47
4.5.6	Nilai <i>Gap</i> Keseluruhan.....	47
4.5.7	Data <i>Ranking Gap</i> Keseluruhan.....	49
4.5.8	Perhitungan Kualitas Pelayanan.....	51
4.6	<i>Importance Performance Analysis</i>	52
BAB V PEMBAHASAN		
5.1	Analisis Kualitas Jasa Pelayanan	55
5.2	Analisis <i>Gap</i> Butir Atribut.....	55
5.2.1	Analisis <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	56

5.2.2	Analisis <i>Reliability</i> (Kehandalan)	57
5.2.3	Analisis <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	58
5.2.4	Analisis <i>Assurance</i> (Jaminan).....	59
5.2.5	Analisis <i>Emphaty</i> (Empati)	60
5.3	Analisis Tingkat Kualitas Layanan	61
5.4	Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	61
5.4.1	Kuadran A	62
5.4.2	Kuadran B	62
5.4.3	Kuadran C	63
5.4.4	Kuadran D	63
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	65
6.2	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jurnal Induktif	10
Tabel 3.1	Dimensi dan Atribut Pelayanan	20
Tabel 4.1	Uji Validitas Persepsi Pelanggan	36
Tabel 4.2	Uji Validitas Harapani Pelanggan.....	38
Tabel 4.3	Tingkat Reliabilitas	40
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas Persepsi	41
Tabel 4.5	Uji Reliabilitas Harapan	42
Tabel 4.6	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	44
Tabel 4.7	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	45
Tabel 4.8	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	45
Tabel 4.9	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	46
Tabel 4.10	Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	47
Tabel 4.11	Nilai <i>Gap</i> Keseluruhan Dimensi	48
Tabel 4.12	Data <i>Ranking Gap Servqual</i>	49
Tabel 4.13	Perhitungan Kualitas Pelayanan	51
Tabel 4.14	Kuadran Keseluruhan Dimensi	52

DAFTAR GAMBAR

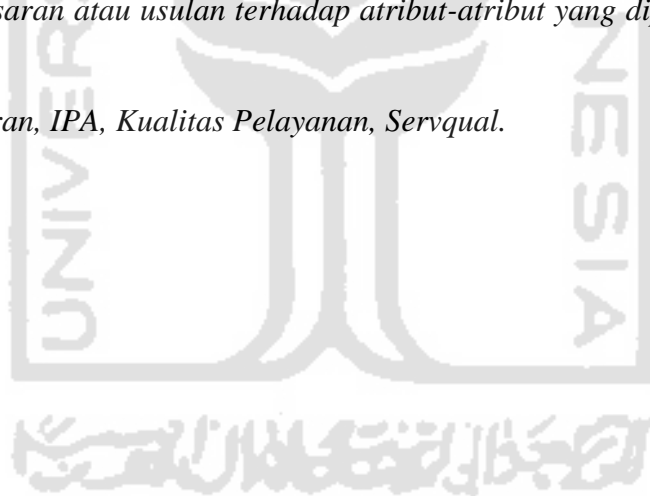
Gambar 3.1	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	17
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian	24
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian Lanjutan	25
Gambar 4.1	Diagram Profil Jenis Kelamin Responden	33
Gambar 4.2	Diagram Profil Jenis Usia Responden	33
Gambar 4.3	Diagram Profil Jenis Pekerjaan Responden	34
Gambar 4.4	Diagram Profil Jenis Pendapatan Responden	35
Gambar 4.5	Diagram Kartesius Keseluruhan Dimensi	54



ABSTRAK

Restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil. Restoran memiliki keunikan masing-masing guna meningkatkan daya tarik pelanggannya berupa jenis-jenis makanan yang enak dan lezat yang ditawarkan, tempat yang memiliki desain unik serta pelayanannya yang baik. Penelitian ini dilakukan di Restoran Kepiting Dandito di Balikpapan. Restoran Kepiting Dandito didirikan oleh Bapak Rudy Setiawan pada tahun 2001 yang berlokasi di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, tepatnya berada di Jalan Marsma Iswahyudi No.71, Sungai Nangka, Balikpapan Selatan. Pada penelitian ini akan mencoba mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Restoran Kepiting Dandito. Terdapat 29 atribut dalam penelitian ini, kemudian melalui kuesioner dengan menggunakan metode Servqual 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 ketersediaan lahan parkir yang cukup, kejelasan informasi di buku menu, kecepatan waktu penyajian yang sesuai, kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon, ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu, dan kesediaan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu. Hasil penelitian berupa saran atau usulan terhadap atribut-atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan.

Kata kunci : Restoran, IPA, Kualitas Pelayanan, Servqual.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu kebutuhan manusia belakangan ini semakin hari semakin bertambah, namun manusia tidak luput dari kebutuhan primer yaitu makan demi keberlangsungan hidup manusia yang wajib untuk dipenuhi. Manusia harus makan untuk memenuhi kebutuhan hidup guna menjalankan aktifitas sehari-hari mereka. Belakangan ini banyak perusahaan-perusahaan maupun pelaku bisnis di bidang makanan dan minuman yang terus berlomba-lomba menyajikan makanan dan minuman yang enak dan juga lezat demi memenuhi kebutuhan primer tersebut. Tidak sedikit para pelaku bisnis di bidang makanan dan minuman sukses dalam menggeluti bidang tersebut. Tetapi makanan yang enak dan lezat juga tidak menjamin atas kepuasan pelanggan tanpa adanya kualitas layanan yang prima. Hal ini diperkuat dengan adanya pernyataan Orilio (2005) yang menyatakan bahwa udang galah yang sangat lezat sekalipun akan terasa tidak enak jika layanan yang diberikan kurang baik atau kurang menyenangkan.

Restoran adalah suatu operasi layanan makanan yang mendatangkan keuntungan yang mana basis utamanya termasuk di dalamnya adalah penjualan makanan atau minuman kepada individu-individu dan tamu-tamu dalam kelompok kecil (Ninemeier dan Hayes, 2006) . Restoran memiliki keunikan masing-masing guna meningkatkan daya tarik pelanggannya berupa jenis-jenis makanan yang enak dan lezat yang ditawarkan, tempat yang memiliki desain unik serta pelayanannya yang baik. Di Balikpapan sendiri banyak restoran yang menyajikan hidangan-hidangan yang enak dan lezat dan juga memiliki tempat-tempat yang unik. Hal ini menjadikan tantangan tersendiri dalam menghadapi persaingan bagi setiap restoran yang ada di Kota Balikpapan. Restoran Kepiting Dandito adalah salah satu restoran besar yang berada di Kota Balikpapan yang menawarkan hidangan enak dan lezat khususnya berupa olahan

kepiting yang memiliki ciri khas tersendiri guna memenuhi kebutuhan kuliner di Kota Balikpapan.

Beberapa restoran memiliki jenis-jenis makanan yang berbeda dan sangat bervariasi. Kualitas pelayanan dan juga strategi dalam memasarkan produk untuk menarik minat konsumen juga harus diperhatikan. Pada dasarnya pelayanan adalah bentuk interaksi yang dilakukan oleh seorang karyawan kepada konsumen untuk mengenalkan produk atau jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh bagaimana pihak *front liner* dalam memberikan pelayanannya (Dresner et al, 1995).

Restoran Kepiting Dandito adalah sebuah restoran yang terletak di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, tepatnya berada di Jalan Marsma Iswahyudi No.71, Sungai Nangka, Balikpapan Selatan. Restoran ini menyajikan menu utama berupa olahan kepiting dengan berbagai saos pilihan rasa. Restoran ini berdiri sejak tahun 2001 dimana restoran ini dimiliki oleh Bapak Rudi Setiawan yang juga sebagai pendiri. Konsumen yang berkunjung ke Restoran Kepiting Dandito tidak datang hanya dari masyarakat Kota Balikpapan saja melainkan dari berbagai daerah di luar Kota Balikpapan.

Sebagai salah satu restoran besar yang ada di Kota Balikpapan restoran ini membutuhkan pembenahan dalam sistem pelayanan guna meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat terus bersaing dan dapat memenangkan persaingan dengan kompetitor-kompetitor yang mulai bermunculan. Dengan adanya kompetitor – kompetitor yang bermunculan persaingan dalam peningkatan kualitas pelayanan jasa sangat berpengaruh dan sangat di perhatikan mengingat konsumen menuntut tingkat pelayanan yang sangat tinggi kepada penawar jasa. Kepuasan konsumen adalah faktor terpenting dalam mengembangkan proses dan membangun hubungan dengan konsumen (Karna, 2004).

Kepuasan pelanggan pada restoran Kepiting Dandito akan dapat terwujud jika persepsi terhadap performansi melebihi ekspektasi terhadap kepuasan pelanggan. Setiap restoran sudah seharusnya memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan. Maka dari itu analisis diperlukan antara kepentingan (*importance*) pelanggan dengan kepuasan terhadap performansi (persepsi). Pada penelitian ini digunakan metode *SERVQUAL* untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan dimana konsumen diminta untuk menilai lima dimensi kualitas jasa untuk mengetahui pengaruh ekspektasi dan performansi pelanggan pada restoran Kepiting Dandito di Kota Balikpapan. Dari hasil yang nantinya akan didapatkan dari pelanggan restoran, maka akan didapatkan nilai kesenjangan atau yang biasa disebut *gap* dari hasil perhitungan menggunakan metode *SERVQUAL*. Kemudian dilakukan pembuatan diagram *Importance-Performance Analysis* sebagai gambaran hubungan tingkat kepentingan dari suatu kriteria penilaian dengan tingkat performansi melalui 4 kuadran yang kemudian akan dilakukan perhitungan.

Metode *Servqual* digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan cara menilai *gap* atau perbedaan antara persepsi manajemen dalam memberikan pelayanan dengan harapan dari konsumen menurut penilaian dari konsumen tersebut. Jika harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan kinerja manajemen maka pelayanan pada restoran tersebut belum memuaskan. Perhitungan menggunakan *servqual* sangat efektif karena dapat diketahui perbedaan penilaian harapan dan persepsi konsumen setiap atribut atau dimensi dan didukung dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* sebagai metode integrasi dari *servqual* dalam menentukan atribut yang termasuk dalam dimensi yang menjadi fokus dalam perbaikan selanjutnya. Metode *servqual* sangat cocok dengan permasalahan yang ada karena dalam berbagai riset menunjukkan bahwa metode *servqual valid* untuk berbagai konteks pelayanan.

Tugas Akhir ini bertujuan untuk mendapatkan deskripsi dan persepsi kepuasan pelanggan yang ada di restoran serta mengevaluasi dan memperbaiki kinerja atribut-atribut terhadap pelayanan yang diberikan dalam meningkatkan kualitas dalam segi pelayanan yang diberikan oleh Restoran Kepiting Dandito. Dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang di hadapi oleh restoran tersebut, maka dari itu

diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan solusi dan prioritas perbaikan berdasarkan hasil yang di dapatkan melalui penilaian persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Kepiting Dandito?
2. Atribut pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan Restoran Kepiting Dandito untuk meningkatkan kualitas pelayanannya?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka penelitian dilakukan dengan menggunakan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Tempat pada penelitian ini adalah Restoran Kepiting Dandito yang berada di Kota Balikpapan.
2. Penentuan tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis*.
3. Responden merupakan pelanggan atau konsumen yang berada di Restoran Kepiting Dandito sebanyak 110 responden.
4. Pengambilan data menggunakan kuisioner.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran Kepting Dandito.

2. Mengetahui atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan analisis menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini digunakan sebagai implementasi dari penerapan teori-teori yang sebelumnya telah didapat selama kegiatan perkuliahan. Selain itu juga dapat memotivasi penulis untuk dapat selalu bekerja dengan hati, karena dari sini akan didapatkan banyak pelajaran berharga bagi penulis sendiri.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu melalui masukan-masukan yang didapatkan dari hasil penelitian ini. Masukan-masukan tersebut merupakan usulan perbaikan pelayanan, di mana dengan adanya perbaikan pelayanan, maka kualitas akan meningkat dan diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen dan pemilik perusahaan.

1.6 Sistematika Penelitian

Pada penulisan Tugas Akhir ini sistematika penulisan disusun sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

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

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 dimungkinkan penelitian ini dapat dilanjutkan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Induktif

Kajian induktif merupakan 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 penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Pass Bandara Internasional Ngurah Rai Dengan Menggunakan Model *SERVQUAL*" oleh Made Suska, N. Budiarta R. M, dan Gede Astawa Diputra pada tahun 2013. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelayanan jasa pembuatan pas bandara di bandara internasional Ngurah Rai Bali dan juga menentukan prioritas perbaikan pelayanan jasa pembuatan pas dengan menggunakan metode *SERVQUAL*. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 5 dimensi yang digunakan dalam penelitian berupa *Responsiveness* yang mempunyai bobot (-0,2240), *Assurance* (-0,2172), *Reliability* (-0,2099), *Tangibles* (-0,1994), dan *Emphaty* (-0,1373). Dimensi yang memiliki nilai bobot paling tinggi harus menjadi perhatian. Dimensi yang paling penting untuk ditingkatkan dan menjadi prioritas utama adalah dimensi *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemauan untuk membatu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.

Kemudian penelitian dengan Judul "Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Metode *Servqual* Dan *Triz*" oleh Diana Puspita Sari dan Andry Harmawan pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan pada IRJ RSM Roemani, menganalisis atribut-atribut pelayanan untuk dilakukan perbaikan pada IRJ RSM Roemani, menentukan atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan pada IRJ RSM Roemani, dan untuk

merancang usulan perbaikan kualitas pelayanan pada IRJ RSM Roemani. Kualitas pelayanan menggunakan dimensi kualitas (*SERVQUAL*) dengan menggunakan analisa *gap* 5. Berdasarkan hasil penelitian terdapat 7 variabel yang bernilai negatif. Hal ini menunjukkan masih terjadi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kondisi nyata yang ada pada IRJ RSM Roemani. Sehingga ketujuh variabel ini membutuhkan tindakan perbaikan kualitas pelayanannya. Dari hasil analisa TRIZ diperoleh usulan perbaikan untuk masalah tersebut antara lain IRJ seharusnya memperbaiki alur pelayanan dengan pembagian kategori pelayanan berdasarkan tingkat kunjungan, memasang papan informasi pada tempat-tempat strategis yang berisikan petunjuk pelayanan serta informasi terkait pelayanan yang terjadi, mempercayakan pelayanan kesehatan pada petugas medis yang profesional serta berpengalaman, menyediakan sistem pendaftaran elektronik untuk pasiennya untuk memberikan pelayanan dengan lebih cepat kepada pelanggan serta melakukan penambahan tempat duduk ruang tunggu untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan.

Penelitian dengan judul “Penerapan Model *Importance Performance Analysis* dalam Studi Kasus : Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com” oleh Harya Bima Dirgantara dan Aryo Tri Sambodo pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di PT Bhinneka Mentari Dimensi mengenai pelayanan dan promosi melalui media sosial. Berdasarkan hasil penelitian Melalui *Importance Performance Analysis* dapat disimpulkan bahwa PT Bhinneka Mentari Dimensi harus memprioritaskan pelayanan pada *website* terkait kecepatan *server* sehingga waktu *load* lebih cepat dan penambahan detail informasi barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini dapat diatasi dengan adanya penambahan jumlah *server* dan *admin web* untuk memasukkan informasi tambahan yang lebih banyak.

Penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor” oleh Surya Siboro dan Heppy Millanyani pada tahun 2014. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung dengan membandingkan antara kinerja dan harapan konsumen. Penelitian ini memiliki 24 indikator dimensi. Dan berdasarkan dari hasil perhitungan IPA (*Importance Performance Analysis*) dimensi yang seharusnya dapat ditingkatkan adalah ketelitian

pengerjaan oleh mekanik, kecepatan kerja mekanik, kemudahan untuk memproleh informasi mengenai suku cadang, kualitas *service* yang diberikan, prestasi dalam pelayanan, penilaian dalam pelayanan *service* kendaraan, perasaan aman selama berurusan dengan *dealer*, kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu, area lahan parkir dan kebersihan toilet.

Penelitian yang berjudul “Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis* dan *Quality Function Deployment* pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya” oleh Angga Dharmawan pada tahun 2014. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui persepsi loyalitas pelanggan terhadap penyedia jasa layanan telekomunikasi pada Plasa Telkom cabang Dinoyo Surabaya. Dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *servqual* terdapat lima atribut yang memiliki nilai *gap* negatif yaitu *tangible*, *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty* dimana hasil tersebut masih dibawah harapan Plasa Telkom. Kemudian hasil menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* terdapat enam atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan antara lain adalah kesiapan petugas dalam melayani pelanggan, kesiapan petugas tambahan dalam melayani pelanggan, kesiapan petugas tambahan pada saat terjadinya antian panjang, kesiapan petugas dalam merespon keluhan pelanggan, keakuratan pencatatan atau dokumentasi keluhan pelanggan, kesediaan petugas membantu dalam menanggapi keluhan, dan perhatian petugas terhadap keluhan yang disampaikan. Selanjutnya hasil dari menggunakan metode QFD yaitu dapat dilihat bahwa untuk peningkatan kualitas layanan Plasa Telkom seharusnya lebih menekankan pada evaluasi *front liner* secara berkala, meningkatkan penerapan SOP dan menerapkan budaya 4S. Prioritas selanjutnya adalah melakukan penambahan petugas *front liner*, pemberian *reward* pada pegawai terbaik setiap bulan, serta memaksimalkan teknologi sistem informasi yang disediakan untuk melayani pelanggan.

Penelitian dengan Judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Perfomance Analysis* di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO)” oleh Johan Oscar Ong dan Jati Prambudi pada tahun 2014. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang perlu dilakukan perbaikan guna

meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO dengan menggunakan metode *servqual* dan *importance performance analysis* untuk mengetahui nilai *gap* yang ada dan mengetahui hal-hal yang perlu dilakukan perbaikan. Penelitian ini menggunakan kuisisioner skala *Likert* 1-4 dan enam variabel yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*, *product quality* dan *price*. Dari hasil perhitungan skor yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *servqual* diketahui tiga item terbaik yaitu karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional, fasilitas gedung yang rapi/bersih, karyawan melayani dengan baik. Dari hasil analisis yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* didapatkan hasil berupa masih terdapat tiga belas hal yang perlu ditingkatkan kedepannya. Akan tetapi masih ada kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh pelanggan misalnya keterlambatan pengiriman sampel, keterlambatan pembayaran, kesalahan pengisian identitas dsb yang menyebabkan keterhambatan pengerjaan oleh karyawan.

Tabel 2.1 Jurnal Induktif

No	Judul	Penulis	Tujuan	Metode
1	Analisis Kualitas Pelayanan Pas Bandara Ngurah Rai Dengan Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> Upaya Perbaikan Kualitas Layanan Pada Instalasi Rawat Jalan Rumah Sakit Muhammadiyah Roemani Dengan Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i>	Made Suska et al. (2013)	Mengidentifikasi dan menentukan prioritas perbaikan pelayanan jasa pembuatan pas bandara Ngurah Rai	<i>Servqual</i>
2	Penerapan Model Importance Performance Analysis Dalam Studi Kasus Analisis Kepuasan Konsumen <i>bhinneka.com</i>	Diana Puspita Sari dan Andry Harmawan (2014)	Mengidentifikasi, menganalisis, dan menentukan atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan di IRJ RSM	<i>Servqual & TRIZ</i>
3	Analisis Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor	Harya Dirgantara dan Aryo Tri Sambodo (2015)	Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di PT. Bhinneka Mentari Dimensi	<i>Servqual & Importance Performance Analysis (IPA)</i>
4	Rancangan	Surya Siboro dan Heppy Millanyani (2014)	Menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada bengkel Sentra Anugrah Motor Bandung dengan membandingkan antara kinerja dan harapan konsumen	<i>IPA (Importance Performance Analysis)</i>
5		Angga	Mengetahui persepsi	<i>Servqual, IPA &</i>

	Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode <i>SERVQUAL, Importance Performance Analysis & Quality Function Deployment</i> Pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya	Dharmawan (2014)	tingkat loyalitas pelanggan terhadap penyedia jasa telekomunikasi pada Plasa Telkom cabang Dinoyo Surabaya	<i>QFD</i>
6	Analisis Kepuasan Pelanggan dengan <i>Importance Performance Analysis</i> di SBU Laboratory Cibitung PT. SCOFINDO (PERSERO)	Oscar Ong dan Jati Prambudi (2014)	Ketiga metode tersebut untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan guna meningkatkan pelayanan perusahaan	<i>Servqual & Importance Performance Analysis (IPA)</i>

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Jasa

Menurut Kotler (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. Produksi jasa mungkin atau tidak berkaitan dengan produk fisik. Sedangkan menurut Tjiptono dan Chandra (2002), jasa dapat diartikan sebagai barang yang tidak kentara (*intangible product*) yang dibeli maupun dijual di pasar melalui transaksi pertukaran yang saling memuaskan. Ada beberapa definisi kualitas, antara lain kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan/cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan dari awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal, dan sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler (2006), jasa dapat terbagi menjadi beberapa karakteristik yaitu :

- a. *Intangible* (tidak berwujud)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud. Tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk dirasakan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan dari bagian jasa tersebut.

c. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung pada siapa penyedia jasa, penerima jasa, dan kondisi ketika jasa tersebut diberikan.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan jasa tergantung pada situasi yang diciptakan oleh beberapa faktor.

2.2.3 Konsep Kualitas

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu. Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.

Kualitas produk dan jasa didefinisikan sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut. (Tony Wijaya, 2011 : 11)

Dalam perkembangannya Parasuraman et.al. (1990) menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi pokok tersebut adalah sebagai berikut.

1. *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi penyedia jasa.

2. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni kemampuan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bias menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Dalam dimensi ini terbagi lagi menjadi empat sub dimensi, yaitu :
 - a. *Competence* (kompetensi), yaitu pengetahuan dan keahlian dari para karyawan yang mendukung dalam menjalankan pelayanan.
 - b. *Courtesy* (kesopanan), yaitu berkaitan dengan rasa hormat, sopan, sikap, perhatian, bersahabat yang ditunjukkan oleh seluruh pegawai terhadap konsumen.
 - c. *Credibility* (kredibilitas), yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan, kontak dan interaksi dengan pelanggan.
 - d. *Security* (keamanan), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Empathy*, meliputi kemudahan hubungan, komunikasi yang baik dan dapat memahami kebutuhan para pelanggan. Dimensi ini terbagi lagi menjadi tiga sub dimensi, yaitu:
 - a. *Access* (akses), yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
 - b. *Communication* (komunikasi), yaitu memberi komunikasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah dipahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
 - c. *Understanding / knowing the customer* (memahami konsumen), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

2.2.4 Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Tjiptono (2004), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Karl Albrecht (1985) mengemukakan bahwa pelayanan kualitas didasarkan pendekatannya pada dua konsep yaitu :

a. *Service Triangle*

Suatu model interaktif manajemen pelayanan yang menghubungkan antara perusahaan dengan para pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen dengan pelanggan sebagai titik fokus, yaitu :

1. Strategi pelayanan
2. Sumber daya manusia yang memberikan pelayanan
3. Sistem pelayanan

b. *Total Quality Service*

Pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelayanan (*stakeholders*), yaitu pelanggan, pegawai dan pemilik. Pelayanan mutu terpadu memiliki lima elemen penting yang saling terkait, yaitu:

1. *Market and customer research*
2. *Strategy formulation*
3. *Education*
4. *Process Improvement*
5. *Assessment*

2.2.5 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan, yaitu tingkatan di mana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk akan sesuai dengan harapan seorang pelanggan menurut Kotler (2006). Sama seperti yang dikemukakan Yamit (2005) bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat beberapa metode yang dapat digunakan yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap Organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.

b. *Ghost Shopping*

Mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. Analisis Kehilangan Pemakai (*lost customer analysis*)

Menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah ke pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan serta penyempurnaan selanjutnya.

d. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan *survey* melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan. Philip Kotler (2009).

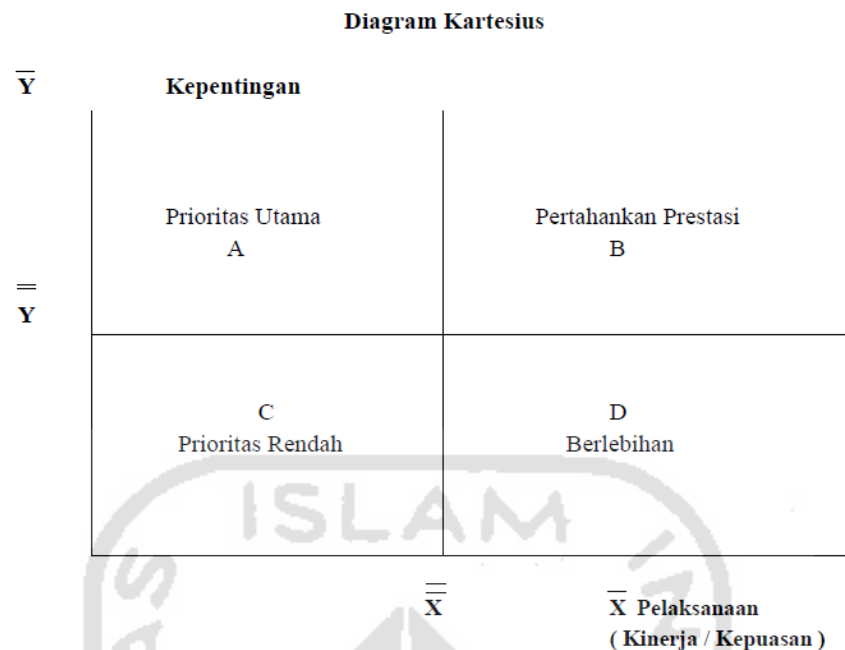
2.2.6 Restoran

Restoran adalah salah satu industri yang bergerak dibidang kuliner berupa tempat yang menghadirkan makanan kepada konsumen untuk menikmati hidangan serta menentukan tarif untuk makanan dan juga pelayanannya. Secara umum restoran merupakan tempat yang dikunjungi orang atau konsumen untuk mencari berbagai macam makanan dan minuman. Restoran juga menyuguhkan keunikan tersendiri sebagai daya tariknya baik menu masakan, hiburan yang disuguhkan, tampilan fisik bangunan, dan pelayanan yang menarik.

Menurut Marsum (2005) definisi restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum. Definisi lain menurut Marsum (2005), restoran merupakan suatu tempat bangunan yang diorganisir secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan baik berupa makanan dan minuman. Tujuan operasional restoran adalah untuk mencari keuntungan dan memberikan kepuasan pada konsumennya merupakan tujuan operasional restoran yang utama.

2.2.7 *Importance Performance Analysis*

Menurut Tjiptono (2011) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka "*Importance Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran sesuai gambar berikut :



Gambar 3.1 **Kuadran Importance Performance Analysis**

Sumber : (Tjiptono, 2011)

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

A. *Prioritas Utama (Concentrate Here)*

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

B. *Pertahankan Prestasi (Keep Up The Good Work)*

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.

C. *Prioritas Rendah (Low Priority)*

Pada kuadran ini terdapat faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.

D. Berlebihan (*Possibly Overkill*)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor yang lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.

2.2.8 *SERVQUAL*

SERVQUAL menurut Zeithaml (1990) dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apa seharusnya yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Model ini menggunakan skala *Likert* dengan perhitungan rumus pada persamaan berikut (Zeithaml, 1990):

$$SERVQUAL = \text{Skor } P - \text{Skor } E \text{ (Pers. 1)}$$

Keterangan:

P = Persepsi pelanggan atas kinerja pelayanan aktual yang dirasakan.

E = Ekspektasi pelanggan atas pelayanan yang diperoleh.

Menurut model *SERVQUAL*, apabila skor *SERVQUAL* negatif (-) berarti kualitas jasa kurang atau tidak baik (pelanggan tidak puas). Apabila skor *SERVQUAL* sama dengan nol (0) berarti kualitas jasa baik (pelanggan puas). Apabila skor *SERVQUAL* positif (+) berarti kualitas jasa sangat baik (pelanggan sangat puas).

Terdapat lima dimensi kualitas jasa dengan menerapkan konsep kesenjangan yang disebut *Service Quality*. Lima dimensi kualitas yang dimaksud yaitu (Tjiptono & Diana, 2003) :

1. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan atau kepedulian (*Responsiveness*) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.

3. Jaminan (*Assurance*) adalah kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, resiko, atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya.\
4. Empati (*Emphaty*) adalah sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
5. Berwujud (*Tangible*) adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi dan komunikasi.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Restoran Kepiting Dandito, yang berada di Jalan Marsma Iswahyudi No.71, Sungai Nangka, Balikpapan Selatan, Kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Objek penelitiannya adalah para konsumen yang berkunjung dan mengonsumsi di restoran tersebut. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret-Mei 2017 untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki menurut pelanggan.

3.2. Identifikasi Masalah

Pada penelitian ini dilakukan identifikasi masalah, yaitu dalam menentukan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan Restoran Kepiting Dandito. 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 dalam penelitian ini adalah para pelanggan di Restoran Kepiting Dandito. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menikmati hidangan di Restoran Kepiting Dandito. Pengambilan data populasi dilakukan secara *random* atau acak.

3.4. Skala *Likert*

Sugiyono (2010) menerangkan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang di mana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan 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 ataupun pertanyaan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini:

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

3.5. Identifikasi Variabel Penelitian Kualitas Layanan

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 Restoran Kepiting Dandito.

Tabel 3.1 Dimensi dan Atribut Pelayanan

No	Pernyataan
	Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)
1	Jumlah meja makan memadai
2	Peralatan makan lengkap
3	Ketersediaan lahan parkir yang cukup
4	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran
5	Kejelasan informasi di buku menu
	Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)
6	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 – 22.00)
7	Kualitas rasa makanan yang konsisten
8	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai
9	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs <i>web</i> & media sosial
10	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon
	Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)

11	Karyawan tanggap dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk
12	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu
13	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu
14	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan
15	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi
	Dimensi Assurance (Jaminan)
16	Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)
17	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan pelanggan
18	Restoran memiliki sertifikasi Halal
19	Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik
20	Kemudahan proses pembayaran
	Dimensi Emphaty(Perhatian)
21	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)
22	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami
23	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan
24	Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan
25	Manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan bertujuan agar peneliti menguasai konsep-konsep dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dengan cara membaca dan mempelajari referensi-referensi yang telah ada seperti literatur, laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah yang nantinya dapat digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian ini.

2. Penelitian lapangan

Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melaksanakan penelitian langsung ke perusahaan yang ingin diteliti. Data yang diinginkan didapatkan dengan cara :

a. Observasi

Observasi adalah metode yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan secara actual.

b. Data Perusahaan

Data perusahaan adalah data yang didapatkan dari literatur-literatur yang terdapat diperusahaan maupun yang didapat dari pemilik usaha dan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.7. Jenis Data

Data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari lapangan, yang berupa :

- a. Data penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan.
- b. Data penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan terhadap aspek pelayanan.
- c. Data *history* keadaan restoran dalam beberapa bulan terakhir.

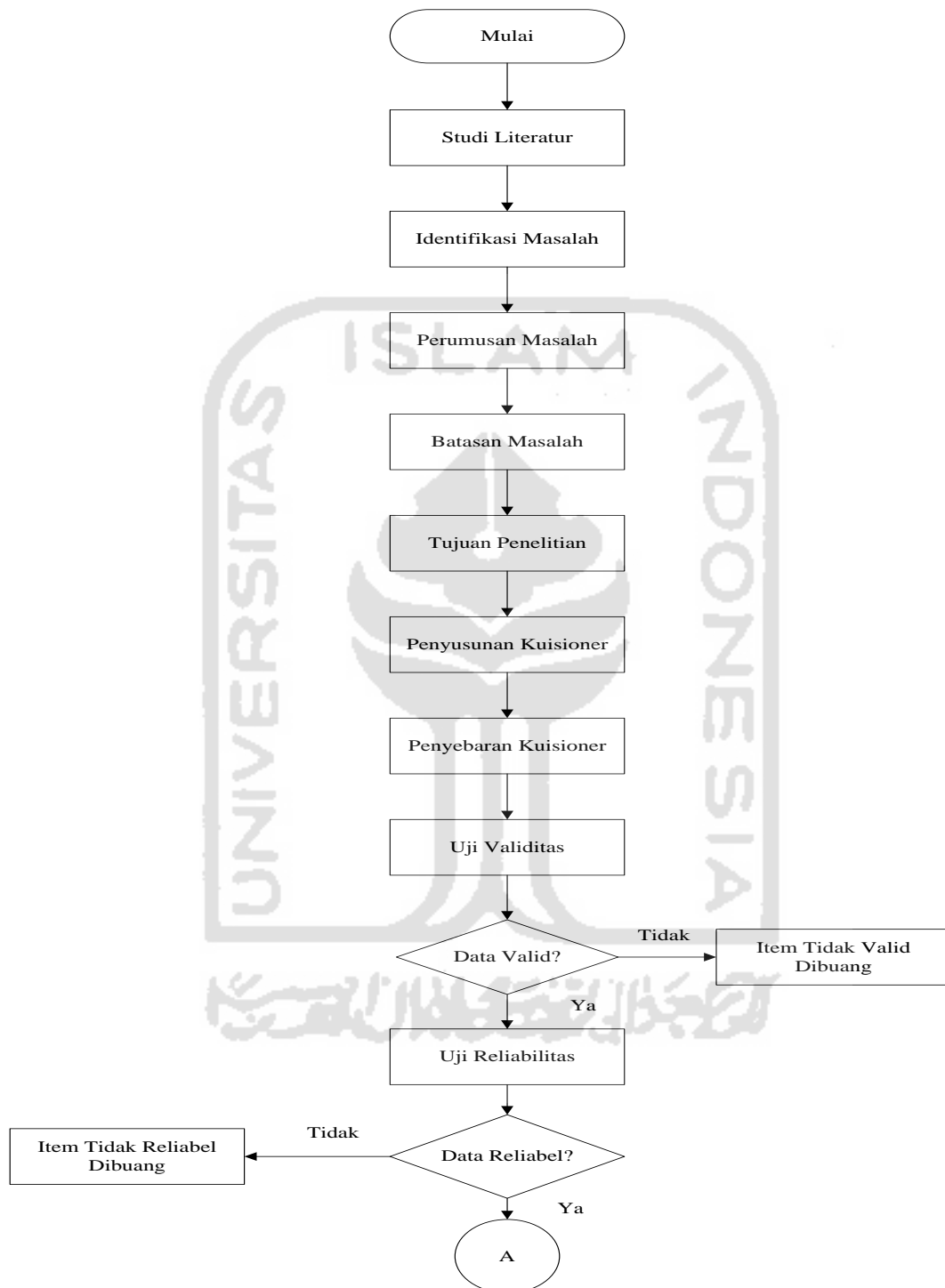
Data-data tersebut didapatkan dari :

- a. Data-data hasil kuesioner, kuesioner yang digunakan berupa.
- b. Data wawancara dengan *owner* Restoran Kepiting Dandito dan karyawan.

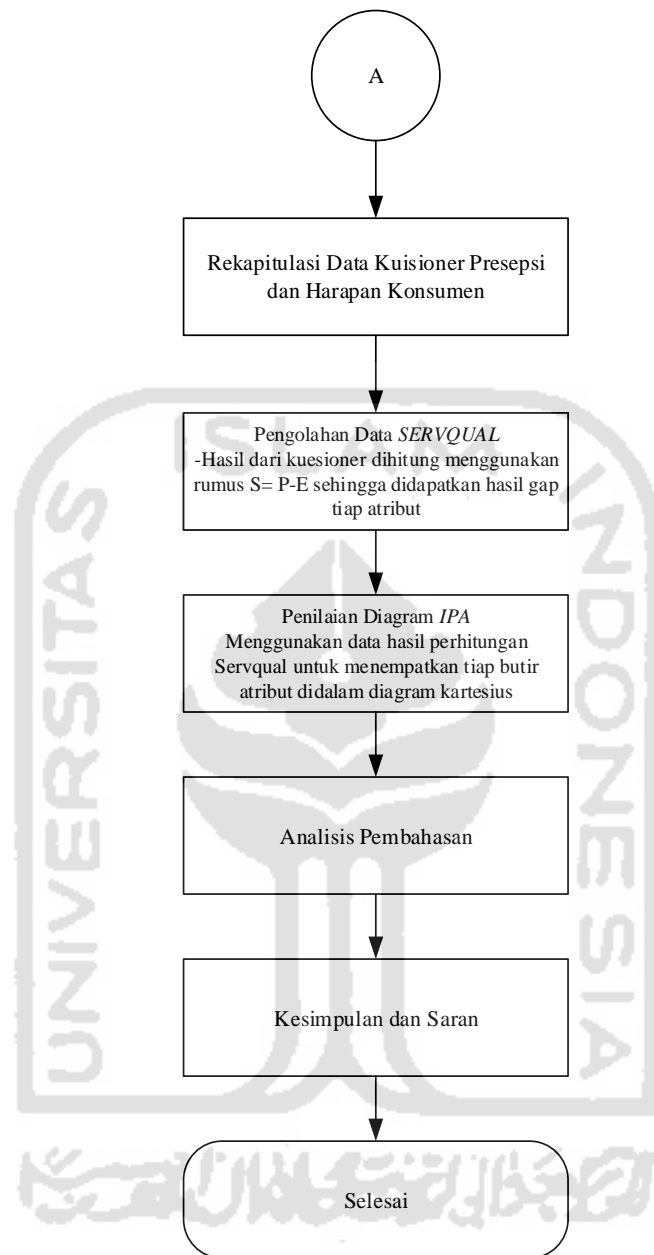
2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya, jurnal, dan referensi-referensi lainnya yang dapat digunakan untuk menggali teori-teori guna mendukung pemecahan masalah.

3.8. Flow Chart Penelitian



Gambar 3.2 Flow Chart Penelitian



Gambar 3.1 Flowchart Penelitian (lanjutan)

3.9. Penjelasan *Flow Chart* Penelitian

Penjelasan *flowchart* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Studi Literatur ini bertujuan untuk mengumpulkan segala informasi dan dasar-dasar teori penunjang baik berasal dari buku, jurnal, ataupun referensi yang lain. Teori-teori pendukung yang digunakan sebagai pemecahan masalah.

2. 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.

3. 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.

4. 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.

5. Penyusunan Kuisisioner

Dalam penelitian ini kuisisioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Kuisisioner disusun dari variabel-variabel penelitian yang telah ditentukan. Pada penelitian ini kuisisioner berupa kuisisioner tingkat kepuasan (persepsi dan harapan) responden.

6. Penyebaran Kuisisioner

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

7. 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 sasarannya dan semakin menunjukkan apa yang harus ditunjukkannya.

8. Uji Reliabilitas

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.

9. Rekapitulasi Kuisisioner

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

10. Pengolahan Data *Servqual*

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

11. 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.

12. Analisa dan pembahasan

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

13. 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.

3.10. 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 95% , $\alpha/2 = 0,05$; $Z \alpha/2 = 1,654$ dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{NPQ}{(N - 1)D + PQ}$$

Sumber : (Tony Wijaya, 2011 : 95)

- n = jumlah minimal sampel
 N = Jumlah rata-rata pelanggan restoran : 3000 pelanggan/bulan
 P = Proporsi responden memilih pertanyaan tertentu (0.15)
 Q = $(1 - p)$ proporsi responden memilih pertanyaan tertentu (0.85)
 D = Tingkat ketelitian $\left(\frac{B^2}{Z}\right)$
 B = Tingkat Kesalahan (0.05)

sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan 95% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 5% adalah.

$$n = \frac{NPQ}{(N - 1)D + PQ}$$

$$n = \frac{3000 \times 0,15 \times 0,85}{(3000 - 1) \frac{(0,05)^2}{1,96} + 0,15 \times 0,85}$$

$$n = 96,77 \approx 97 \text{ responden}$$

Rumus kecukupan data diatas digunakan berdasarkan dengan pengambilan data yang dilakukan karena populasi tetap dari Restoran Kepiting Dandito 3000 orang perbulan dan terdapat beberapa kuesioner yang cacat, misalnya dalam pengisian data profil ataupun beberapa butir pertanyaan kuesioner yang terlewatkan dan tidak terisi.

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing pertanyaan pada kuisisioner yang telah disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS 16.0*. 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 :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N(\sum X^2) - (\sum X)^2][N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Sumber : (Suharsimi Arikunto, 1998)

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subyek

X_i : Skor item ke i

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 digunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuisisioner. Suatu kuisisioner 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 16*. Berikut rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x} \right) \dots \dots \dots (3.3)$$

Sumber : (Saefuddin Azwar, 1992)

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

S_j = varians responden untuk item I

S_x = jumlah varians skor total

3.11. Pengolahan Data *Servqual*

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. Penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden.

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

3.12. 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 Restoran Kepiting Dandito. Hal yang 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

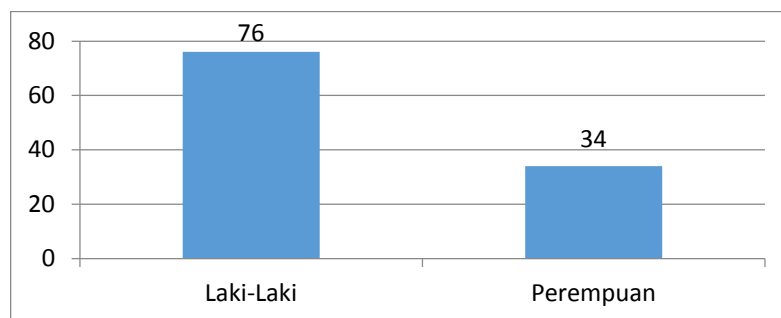
4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Restoran Kepiting Dandito merupakan salah satu restoran besar yang menyediakan menu utama olahan kepiting saos yang berada di Kota Balikpapan. Restoran Kepiting Dandito mengolah beberapa jenis kepiting yang menjadi menu utama yaitu kepiting tarakan jantan, kepiting tarakan betina dan kepiting soka. Restoran Kepiting Dandito memiliki 68 karyawan dimana para karyawan tersebut terbagi atas delapan *departement* yaitu *kitchen, waiters, washer, butcher, cleaning service, checker, packing, cashier, security* dan *management*. Restoran ini didirikan oleh Bapak Rudy Setiawan pada tanggal 9 Juli 2001 yang terletak di Jalan Marsma Iswahyudi no. 71, Sungai Nangka, Gn. Bahagia, Balikpapan, Kalimantan Timur.

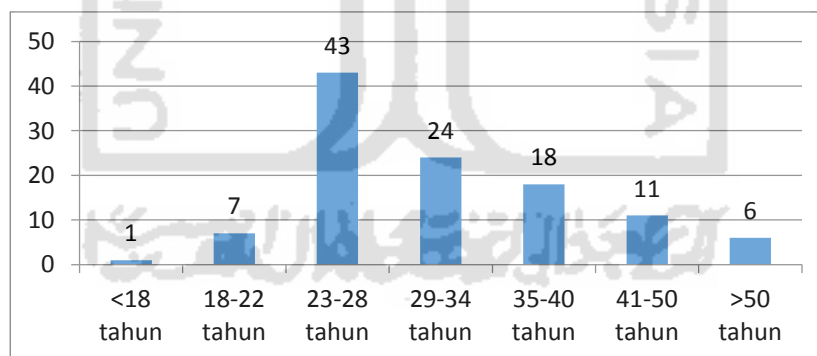
4.2 Pengolahan Data Profil Responden

Berdasarkan persebaran data kuisioner pada Restoran Kepiting Dandito didapatkan data pelanggan yang *valid* sebanyak 110 responden. Untuk klasifikasi jenis kelamin didapatkan 69% laki-laki dan 31% perempuan



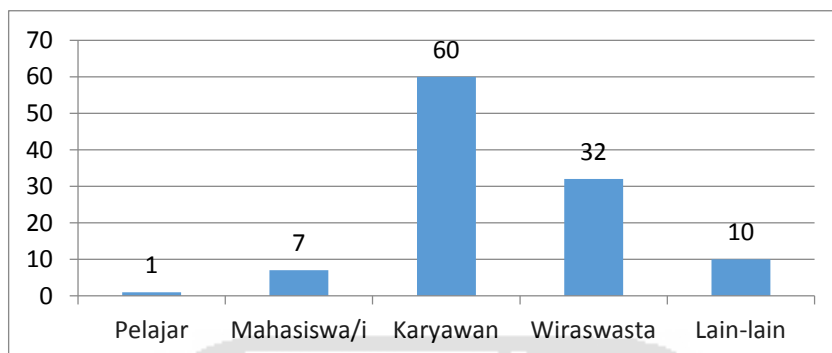
Gambar 4.1 Diagram Profil Jenis Kelamin Responden

Dapat dilihat dari gambar 4.2 dibawah jumlah responden yang datang ke Restoran Kepiting Dandito yang berusia di bawah 18 tahun berjumlah 1 orang (1%), kemudian yang berumur 18 sampai 22 tahun berjumlah 7 orang (6%), untuk responden yang berumur 23 sampai dengan 28 tahun berjumlah paling banyak yaitu 43 orang (39%), selanjutnya untuk usia 29 tahun sampai 34 tahun berjumlah 24 orang (22%), yaitu yang berumur 35 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 18 orang (16%), yang berumur 41 tahun sampai 50 tahun sebanyak 11 orang (10%), dan yang berumur di atas 50 tahun sebanyak 6 orang (5%).



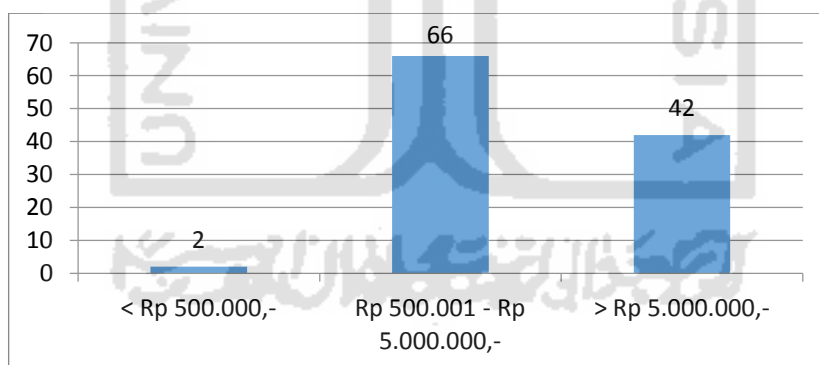
Gambar 4.2 Diagram Profil Usia Responden

Responden yang datang ke Restoran Kepiting Dandito mayoritas adalah karyawan dengan jumlah 60 orang (55%) dan wiraswasta berjumlah 32 orang (29%), kemudian pelajar berjumlah 1 orang (1%), mahasiswa/i berjumlah 7 orang (6%), dan lain-lain berjumlah 10 orang (9%).



Gambar 4.3 Diagram Profil Pekerjaan Responden

Dari profil responden yang datang ke Restoran Kepiting Dandito didapatkan jumlah 2 orang (2%) yang memiliki pendapatan di bawah Rp 500.000,- . Kemudian responden yang memiliki pendapatan Rp 500.001 sampai dengan Rp 5.000.000,- berjumlah 66 orang (66%) dan yang memiliki pendapatan di atas Rp 5.000.000,- berjumlah 42 orang (38%).



Gambar 4.4 Diagram Profil Pendapatan Responden

Data profil responden digunakan sebagai acuan dalam pengambilan data kuesioner, karena data hasil jawaban responden dapat dikatakan *valid* jika data profil responden terisi seluruhnya untuk menghindari adanya data yang sama. Selain itu, data profil

responden juga digunakan sebagai referensi populasi pelanggan di Restoran Kepiting Dandito.

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 $df = 110 - 2 = 108$. Dan tingkat signifikansi 5%, maka akan didapatkan nilai r_{tabel} sebesar 0.187.

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 Correlation*.

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 Persepsi Pelanggan

Berikut adalah hasil uji validitas persepsi pelanggan pada Restoran Kepiting Dandito yang ditunjukkan pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1 Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Dimensi	No.	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Hasil
Tangible	1	Jumlah meja makan memadai	0,556	0,187	<i>Valid</i>
	2	Peralatan makan lengkap	0,488	0,187	<i>Valid</i>
	3	Ketersediaan lahan parkir yang cukup	0,296	0,187	<i>Valid</i>
	4	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran	0,543	0,187	<i>Valid</i>
	5	Kejelasan informasi di buku menu	0,679	0,187	<i>Valid</i>
	6	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 – 22.00)	0,620	0,187	<i>Valid</i>
Reliability	7	Kualitas rasa makanan yang konsisten	0,486	0,187	<i>Valid</i>
	8	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai	0,417	0,187	<i>Valid</i>
	9	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs <i>web</i> dan media sosial	0,682	0,187	<i>Valid</i>
	10	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon	0,648	0,187	<i>Valid</i>
Responsiveness	11	Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk	0,612	0,187	<i>Valid</i>
	12	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	0,723	0,187	<i>Valid</i>
	13	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	0,711	0,187	<i>Valid</i>
	14	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan	0,688	0,187	<i>Valid</i>
	15	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi	0,716	0,187	<i>Valid</i>
	16	Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)	0,672	0,187	<i>Valid</i>
Assurance	17	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan pelanggan	0,606	0,187	<i>Valid</i>
	18	Restoran memiliki sertifikasi halal	0,722	0,187	<i>Valid</i>
	19	Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik	0,564	0,187	<i>Valid</i>
Emphaty	20	Kemudahan proses pembayaran	0,582	0,187	<i>Valid</i>
	21	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)	0,637	0,187	<i>Valid</i>

22	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami	0,643	0,187	<i>Valid</i>
23	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan	0,558	0,187	<i>Valid</i>
24	setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	0,680	0,187	<i>Valid</i>
25	manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran	0,683	0,187	<i>Valid</i>

Pada penelitian ini sebelum menghitung *service quality* pada konsumen terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji realibilitas pada data hasil jawaban dari responden yang berjumlah 110 orang. Kemudian melakukan korelasi dengan skor total. Jika setiap butir pertanyaan memiliki skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka data pertanyaan tersebut dapat dikatakan *valid*. Dan sebaliknya jika data pertanyaan tersebut memiliki r_{hitung} yang lebih rendah dari r_{tabel} , maka data pertanyaan tersebut dinyatakan tidak *valid* dan harus dibuang dan kemudian peneliti melakukan pengujian ulang dengan mengurangi data pertanyaan yang dinyatakan tidak *valid* sebelumnya.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas pelanggan untuk persepsi pelanggan yang ditunjukkan pada tabel 4.5 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sebanyak 110 responden pada Restoran Kepiting Dandito dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan $r_{hitung} > 0.187$, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 25 butir dinyatakan *valid*.

4.3.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Berikut adalah hasil uji validitas harapan pelanggan pada Restoran Kepiting Dandito yang ditunjukkan pada tabel 4.2 di bawah ini

Tabel 4.2 Uji Validitas Harapan Pelanggan

Dimensi	No.	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Hasil
Tangible	1	Jumlah meja makan memadai	0,537	0,187	<i>Valid</i>
	2	Peralatan makan lengkap	0,499	0,187	<i>Valid</i>
	3	Ketersediaan lahan parkir yang cukup	0,381	0,187	<i>Valid</i>
	4	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran	0,425	0,187	<i>Valid</i>
	5	Kejelasan informasi di buku menu	0,440	0,187	<i>Valid</i>
	6	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 – 22.00)	0,575	0,187	<i>Valid</i>
Reliability	7	Kualitas rasa makanan yang konsisten	0,572	0,187	<i>Valid</i>
	8	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai	0,682	0,187	<i>Valid</i>
	9	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs <i>web</i> dan media sosial	0,681	0,187	<i>Valid</i>
	10	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon	0,676	0,187	<i>Valid</i>
	11	Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk	0,717	0,187	<i>Valid</i>
Responsiveness	12	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	0,702	0,187	<i>Valid</i>
	13	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	0,765	0,187	<i>Valid</i>
	14	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan	0,759	0,187	<i>Valid</i>
	15	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi	0,820	0,187	<i>Valid</i>
	16	Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)	0,680	0,187	<i>Valid</i>
Assurance	17	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan pelanggan	0,685	0,187	<i>Valid</i>
	18	Restoran memiliki sertifikasi halal	0,749	0,187	<i>Valid</i>
	19	Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik	0,651	0,187	<i>Valid</i>
Emphaty	20	Kemudahan proses pembayaran	0,726	0,187	<i>Valid</i>
	21	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)	0,738	0,187	<i>Valid</i>

22	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami	0,766	0,187	<i>Valid</i>
23	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan	0,757	0,187	<i>Valid</i>
24	setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	0,722	0,187	<i>Valid</i>
25	manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran	0,688	0,187	<i>Valid</i>

Pada penelitian ini sebelum menghitung *service quality* pada konsumen terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji realibilitas pada data hasil jawaban dari responden yang berjumlah 110 orang. Kemudian melakukan korelasi dengan skor total. Jika setiap butir pertanyaan memiliki skor r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka data pertanyaan tersebut dapat dikatakan *valid*. Dan sebaliknya jika data pertanyaan tersebut memiliki r_{hitung} yang lebih rendah dari r_{tabel} , maka data pertanyaan tersebut dinyatakan tidak *valid* dan harus dibuang dan kemudian peneliti melakukan pengujian ulang dengan mengurangi data pertanyaan yang dinyatakan tidak *valid* sebelumnya.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas yang kedua pada harapan pelanggan untuk kinerja perusahaan yang ditunjukkan pada tabel 4.6 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sebanyak 110 responden pada Restoran Kepting Dandito dengan persentase kesalahan 5%. Didapatkan hasil bahwa keseluruhan $r_{hitung} > 0.187$, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan pertanyaan yang berjumlah 25 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 persepsi yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Cronchbach's Alpha* dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Persepsi

No.	Indikator	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)		0,637	0,187	Reliabel Cukup
2	<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	Persepsi	0,724	0,187	Reliabel Cukup
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)		0,836	0,187	Reliabel Cukup

4	<i>Assurance</i> (Jaminan)	0,815	0,187	Reliabel Cukup
5	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	0,823	0,187	Reliabel Cukup

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, yaitu uji reliabilitas persepsi terhadap 100 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Tangible* atau bukti fisik di peroleh r_{hitung} sebesar 0,637 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.
2. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Reliabilty* atau kehandalan di peroleh r_{hitung} sebesar 0,724 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. 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 r_{hitung} sebesar 0,836 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.
4. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Assurance* atau jaminan di peroleh r_{hitung} sebesar 0,815 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.

5. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Emphaty* atau perhatian di peroleh r_{hitung} sebesar 0,823 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian. Keseluruhan data dinyatakan cukup reliabel karena masuk pada skala selisih 0,6 sampai 0,8.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas harapan pelanggan yang dilakukan peneliti menggunakan rumus *Cronchbach,s Alpha*. Dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Harapan

No.	Indikator	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil
1	Tangible (Bukti fisik)		0,722	0,187	Reliabel Cukup
2	<i>Reliabilitty</i> (Reliabilitas)		0,805	0,187	Reliabel Cukup
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Harapan	0,910	0,187	Reliabel Cukup
4	<i>Assurance</i> (Jaminan)		0,869	0,187	Reliabel Cukup
5	<i>Emphaty</i> (Perhatian)		0,896	0,187	Reliabel Cukup

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, yaitu uji reliabilitas harapan terhadap 110 responden, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Uji reliabilitas pada harapan untuk dimensi *Tangible* atau bukti fisik diperoleh r_{hitung} sebesar 0.722 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0.165 yang didapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 10% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pertanyaan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.

2. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Reliability* atau kehandalan diperoleh r_{hitung} sebesar 0,805 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.
3. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Responsiveness* atau daya tanggap diperoleh r_{hitung} sebesar 0,910 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.
4. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Assurance* atau jaminan di peroleh r_{hitung} sebesar 0,869 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian.
5. Uji reliabilitas pada kinerja untuk dimensi *Empathy* atau perhatian di peroleh r_{hitung} sebesar 0,896 yang artinya r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} diketahui sebesar 0,187 yang di dapatkan dari tingkat kesalahan sebesar 5% dan untuk nilai $N = 110$. Dapat dinyatakan bahwa butir pernyataan tersebut reliabel, sehingga bisa digunakan dalam penelitian. Keseluruhan data dinyatakan cukup reliabel karena masuk pada skala selisih 0,6 sampai 0,8 dan 0,8 sampai 1,00.

4.5 Pengolahan Data *Servqual*

4.5.1. *Tangible* (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
T1	Jumlah meja makan memadai	4,14	4,49	-0,34
T2	Peralatan makan lengkap	4,33	4,62	-0,29
T3	Ketersediaan lahan parkir yang cukup	2,89	4,43	-1,54
T4	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran	4,25	4,64	-0,39
T5	Kejelasan informasi di buku menu	3,96	4,58	-0,62
Rata-rata		3,913	4,551	-0,635

4.5.2. *Reliability* (Kehandalan)

Pada tabel 4.7 menjelaskan tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *reliability*. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadap pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini juga tidak memiliki nilai yang positif. Jumlah rata-rata nilai pada dimensi *reliability* ialah -0,469 yang artinya nilai persepsi pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan.

Tabel 4.7 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Reliability*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
REL1	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 – 22.00)	4,14	4,45	-0,31
REL2	Kualitas rasa makanan yang konsisten	4,25	4,62	-0,37
REL3	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai	3,83	4,60	-0,77
REL4	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs web & media sosial	3,97	4,36	-0,39
REL5	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon	3,96	4,46	-0,50
Rata-rata		4,029	4,498	-0,469

4.5.3. *Responsiveness* (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. Oleh karena itu dimensi *responsiveness* dirasa cukup penting untuk masuk dalam 5 dimensi *service quality*. Pada dimensi ini juga tidak ditemukan *gap* yang positif dalam perhitungannya. Untuk selengkapnya dalam dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Responsiveness*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
RES1	Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk	4,11	4,58	-0,47
RES2	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	3,96	4,53	-0,56
RES3	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	3,95	4,52	-0,57
RES4	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan	4,01	4,52	-0,51
RES5	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi	4,05	4,50	-0,45
	Rata-rata	4,016	4,529	-0,513

4.5.4. *Assurance* (Jaminan)

Pada tabel 4.9 menjelaskan tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *assurance*. *Assurance* adalah adanya pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan kepercayaan terhadap produk atau perusahaan tersebut. Terdapat empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah

keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada *Assurance*, dimensi ini juga memiliki kondisi negatif.

Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Assurance*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
A1	Ketersediaan jaminan keamanan (<i>CCTV</i> , keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)	4,10	4,49	-0,39
A2	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan	4,20	4,55	-0,35
A3	Restoran memiliki sertifikasi halal	4,04	4,61	-0,57
A4	Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik	4,03	4,51	-0,48
A5	Kemudahan proses pembayaran	4,23	4,65	-0,42
	Rata-rata	4,118	4,562	-0,444

4.5.5. *Empathy* (Perhatian)

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. Pada dimensi ini juga tidak ditemukan *gap* yang positif dalam perhitungannya nilai *gap* pada *empathy* yaitu sebesar -0,453. Untuk selengkapnya dalam dilihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Dimensi *Empathy*

Atribut	Pertanyaan	Persepsi	Harapan	Gap
E1	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)	4,06	4,55	-0,49
E2	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami	4,06	4,51	-0,45

E3	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan	4,21	4,60	-0,39
E4	Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	4,25	4,58	-0,34
E5	Manajemen restoran bersedia menerima kritik dan Saran	4,07	4,67	-0,60
Rata-rata		4,131	4,584	-0,453

4.5.6. Nilai *Gap* Keseluruhan

Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan data *gap* keseluruhan, maka diperoleh seluruh nilai *gap* yang negatif. Untuk nilai rata-rata dimensi yang tertinggi nilai negatifnya adalah pada dimensi *tangibles*, sedangkan nilai negatif terendah ialah dimensi *assurance*, dan secara keseluruhan nilai *gap* adalah -0,444 yang artinya pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Restoran Kepiting Dandito.

Tabel 4.11 Nilai *Gap* Keseluruhan Dimensi

Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Tangible</i>	4,15	4,49	-0,34
	4,33	4,62	-0,29
	2,89	4,43	-1,54
	4,25	4,64	-0,39
	3,96	4,58	-0,62
	3,913	4,551	-0,635
Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Reliabilility</i>	4,14	4,45	-0,31
	4,25	4,62	-0,37
	3,83	4,60	-0,77
	3,97	4,36	-0,39
	3,96	4,46	-0,50
	4,029	4,498	-0,469
Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Responsiveness</i>	4,11	4,58	-0,47

	3,96	4,53	-0,56
	3,95	4,52	-0,57
	4,01	4,52	-0,51
	4,05	4,50	-0,45
	4,016	4,529	-0,512
Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Assurance</i>	4,10	4,49	-0,39
	4,20	4,55	-0,35
	4,04	4,61	-0,57
	4,03	4,51	-0,48
	4,23	4,65	-0,42
	4,118	4,562	-0,444
Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
<i>Emphaty</i>	4,06	4,55	-0,49
	4,06	4,51	-0,45
	4,21	4,60	-0,39
	4,25	4,58	-0,34
	4,07	4,67	-0,60
	4,131	4,584	-0,453
Rata-rata Total	4,042	4,545	-0,503

4.5.7. Data *Ranking 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 *Ranking Gap Servqual*

No.	Pertanyaan	Gap	Ranking
1	Jumlah meja makan memadai	-0,34	22
2	Peralatan makan lengkap	0,29	25
3	Ketersediaan lahan parkir yang cukup	-1,54	1
4	Kerapian, kebersihan, dan kenyamanan restoran	-0,39	16
5	Kejelasan informasi di buku menu	-0,62	3
6	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 - 22.00)	-0,31	24
7	Kualitas rasa makanan yang konsisten	-0,37	20

8	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai	-0,77	2
9	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs web & media sosial	-0,39	18
10	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon	-0,50	9
11	Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk	-0,47	12
12	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	-0,56	7
13	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	-0,57	5
14	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan	-0,51	8
15	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi	-0,45	13
16	Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal)	-0,39	17
17	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan	-0,35	21
18	Karyawan memberikan penjelasan informasi secara akurat mengenai menu yang ditawarkan	-0,57	6
19	Karyawan menguasai informasi produk	-0,48	11
20	Kemudahan proses pembayaran	-0,42	15
21	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu)	-0,49	10
22	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah di pahami	-0,45	14
23	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan	-0,39	19
24	Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	-0,34	23
25	Manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran	-0,60	4

4.5.8. Perhitungan Kualitas Pelayanan

Dalam menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap pelanggan. Menurut Besterfield dalam (Handoko, 2011) dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Kualitas Layanan (Q)} = \frac{\text{Penilaian(persepsi)}}{\text{Harapan}}$$

Dari hasil perhitungan tersebut jika $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan baik. Jika melihat yang ditunjukkan pada tabel 4.13, maka dimensi Assurance merupakan yang paling mendekati 1. Kesenjangan kualitas pelayanan belum bisa dikatakan baik.

Tabel 4.13 Perhitungan Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (E)	GAP	Q = P/E
1	Tangibles	3,913	4,551	-0,635	0,860
2	Reliability	4,029	4,498	-0,469	0,896
3	Responsiveness	4,016	4,529	-0,513	0,887
4	Assurance	4,118	4,562	-0,444	0,903
5	Emphaty	4,131	4,584	-0,453	0,901
	Rata-rata	4,042	4,545	-0,503	0,889

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode *servqual* seluruh atribut ditandai dengan nilai gap yang bernilai negatif. Keseluruhan atribut presepsi memiliki rata-rata sebesar 4,042, sedangkan untuk rata-rata harapan pelanggan sebesar 4,545 dan didapatkan gap senilai -0,503 yang artinya pelanggan tidak puas dan masih memiliki banyak kekurangan didalam pelayanan kualitas pada Restoran Kepiting Dandito Balikpapan.

4.6 Importance Performance Analysis

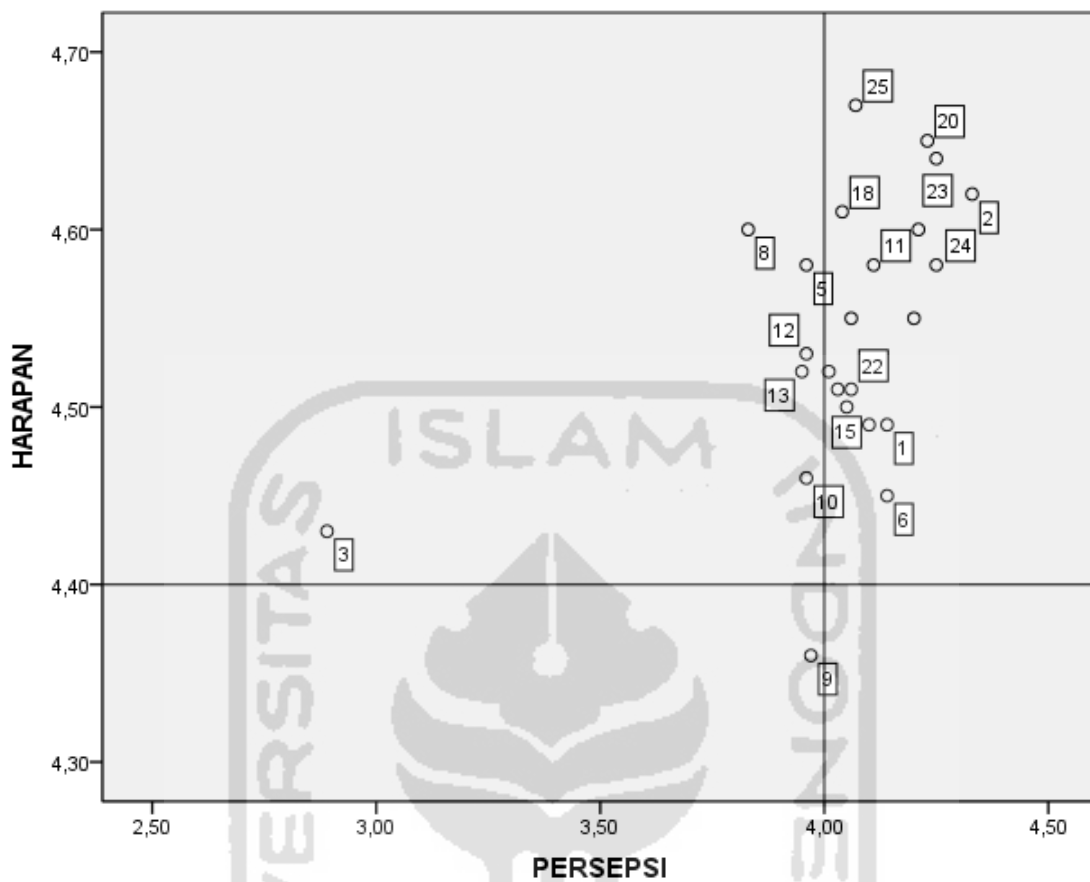
Langkah selanjutnya setelah mengetahui nilai *gap* tiap dimensi dan secara keseluruhan, maka akan dilanjutkan dengan analisis kinerja dan harapan. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam pelayanan Restoran Kepiting Dandito berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan pelanggan restoran tersebut. Analisis kuadran kinerja-harapan menggunakan diagram *Importance Performance Analysis (IPA)*, sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat persepsi 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. Data nilai tingkat kinerja-kepentingan dan letak kuadran masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel 4.14

Tabel 4.14 Kuadran Keseluruhan Dimensi

Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A1	<i>Tangibles</i>	-0,34	B
A2		-0,29	B
A3		-1,54	A
A4		-0,39	B
A5		-0,62	A
Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A6	<i>Reliabilility</i>	-0,31	B
A7		-0,37	B
A8		-0,77	A
A9		-0,39	C
A10		-0,50	A
Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A11	<i>Responsiveness</i>	-0,47	B
A12		-0,56	A
A13		-0,57	A
A14		-0,51	B
A15		-0,45	B
Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A16	<i>Assurance</i>	-0,39	B

A17		-0,35	B
A18		-0,57	B
A19		-0,48	B
A20		-0,42	B
Atribut	Dimensi	Gap	Kuadran
A21		-0,49	B
A22		-0,45	B
A23	<i>Emphaty</i>	-0,39	B
A24		-0,34	B
A25		-0,60	B

Cara membuat diagram kartesius adalah dengan membagi suatu bagan menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik X dan Y, dimana X adalah rata-rata dari rata-rata seluruh atribut skor tingkat kinerja dan Y adalah rata-rata dari seluruh atribut tingkat kepentingan. Dalam penelitian ini, diagram kartesius IPA dibuat dengan menggunakan *SPSS 16.0*. Hasil dari input data kuesioner kepuasan pelanggan ke dalam *SPSS* menghasilkan output seperti yang ditunjukkan pada gambar 4.5 berikut.



Gambar 4.5 Diagram Kartesius

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Kualitas Jasa Pelayanan

Pada penelitian ini dalam menentukan kualitas jasa dari sebuah jasa pelayanan, maka dibutuhkan dimensi yang dapat mengukurnya, terdapat lima dimensi dalam penelitian ini, yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut memiliki atribut-atribut di tiap dimensinya dan pada penelitian ini terdapat total 29 atribut pertanyaan yang diajukan kepada pelanggan Restoran Kepiting Dandito di Balikpapan.

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 *IPA*.

5.2 Analisis Gap Butir Atribut

Berdasarkan pengolahan data *servqual* yang telah dilakukan selanjutnya akan dianalisis faktor yang menyebabkan adanya *gap* antara persepsi dan harapan serta solusi perbaikan yang bisa dijadikan acuan dalam peningkatan kualitas pelayanan restoran. 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.

5.2.1 Analisis *Tangible* (Bukti Fisik)

Pada dimensi *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 (-), itu berarti pelanggan tidak puas atas dimensi bukti fisik. Namun jika dilihat nilai *gap* terkecil yaitu pada atribut 2 diperoleh nilai *gap* sebesar -0,29 yaitu peralatan makan lengkap yang artinya pelanggan cukup puas. Pelanggan melihat peralatan makan yang di sediakan oleh pihak restoran sudah cukup memadai. Pihak restoran juga selalu menyediakan peralatan makan lengkap dan tertata rapi di atas meja ketika pelanggan datang. Peralatan makan itu sendiri terdiri dari piring, gelas, serbet, sendok, garpu, serta penjepit cangkang kepiting. Pada atribut 1 yaitu jumlah meja makan yang memadai memiliki nilai *gap* sebesar -0,34. Pada atribut 3 yaitu ketersediaan lahan parkir yang cukup memiliki nilai *gap* terbesar yaitu -1,54. Selanjutnya pada atribut 4 kerapian, kebersihan, kenyamanan restoran memiliki nilai *gap* sebesar -0,39 dan kemudian pada atribut 5 kejelasan informasi di buku menu memiliki nilai *gap* sebesar -0,62.

Solusi untuk menghadapi permasalahan kualitas pelayanan di Restoran Kepiting Dandito pada dimensi *Tangible* yaitu dengan merubah tampilan fisik di buku menu, membuat tampilan buku menu menjadi menarik dan memberikan gambar yang sesuai menu agar pelanggan dapat mudah memilih menu ketika ingin memesan menu pada buku menu yang disediakan restoran. Kemudian dalam permasalahan lahan parkir yang di rasa kurang cukup oleh pelanggan, sebaiknya pihak restoran menyediakan lahan

parkir yang lebih luas agar pelanggan tidak merasa bingung saat hendak memarkirkan kendaraan mereka.

5.2.2 Analisa *Reliability* (Kehandalan)

Pada tabel 4.11 menjelaskan tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap dimensi *reliability*. *Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadap pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini tidak memiliki nilai yang positif. Jumlah nilai *gap* rata-rata pada dimensi *reliability* ialah -0,469 yang artinya nilai persepsi pelanggan lebih rendah dibandingkan harapan.

Jika dilihat dari nilai *gap* terkecil yaitu pada atribut 6 yaitu ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00-22.00) yang memiliki nilai *gap* -0,31. Pada atribut 7 yaitu kualitas rasa yang konsisten memiliki nilai *gap* sebesar -0,37. Kemudian pada atribut 8 memiliki nilai *gap* terbesar -0,77 pada dimensi ini yaitu kecepatan waktu penyajian yang sesuai. Pada atribut 9 kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs *web & media sosial* memiliki nilai -0,39 dan pada atribut 10 kemudahan melakukan pemesanan melalui telepon memiliki nilai *gap* sebesar -0,50.

Dalam dimensi *Reliability* juga memiliki nilai *gap* negatif terbesar yaitu pada atribut ke 8 tentang pertanyaan kecepatan waktu penyajian yang sesuai, nilai atribut ini yaitu -0,77. Permasalahan ini dapat terjadi karena kurangnya karyawan dalam *departement kitchen* yang hanya terdiri dari dua orang dan perlu waktu memasak yang lumayan lama untuk satu menu kepiting. Pelanggan merasa kurang puas karena waktu menunggu yang cukup lama ketika memesan menu kepiting terutama pada saat waktu jam makan siang.

Solusi yang terbaik pada dimensi *reliability* adalah mempertimbangkan penambahan karyawan pada *departemen kitchen* agar dapat mengurangi waktu yang terbuang lama ketika memasak dan waktu menunggu pelanggan yang telah memesan menu yang telah dipilih.

5.2.3 Analisa *Responsiveness* (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.

Pada dimensi daya tanggap ini keseluruhan *gap* bernilai negatif (-), tetapi pada atribut 15 kecepatan karyawan dalam menangani transaksi merupakan nilai *gap* yang terkecil dibandingkan dengan atribut lainnya. Atribut 13 kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu menjadi atribut dengan nilai *gap* terbesar yaitu -0,57. Karyawan tidak mendampingi tetapi hanya memberikan buku menu dan datang ketika pelanggan membutuhkan sesuatu ternyata hal ini membuat pelanggan kurang puas terhadap pelayanan karyawan tersebut. Pada atribut 11 ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ketempat duduk memiliki nilai *gap* sebesar -0,47. Pada atribut 12 ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu memiliki nilai *gap* sebesar -0,56. Dan pada atribut 14 ketanggapan karyawan dalam menerima keluhan pelanggan memiliki nilai *gap* sebesar -0,51.

Solusi yang terbaik pada dimensi *responsiveness* adalah diperlukan karyawan yang bisa fleksibel dan dapat melakukan beberapa tugas secara bersamaan (*multi-tasking*) yang mengerti prioritas pelanggan yang harus didahulukan. Beberapa hal yang bisa dilakukan oleh karyawan seperti ketika pelanggan yang terlihat bingung saat

memilih dan menentukan menu yang akan dipesan, maka karyawan dengan sigap menghampiri dan ketika mendampingi pelanggan, karyawan juga mengawasi keadaan restoran.

5.2.4 Analisis Assurance (Jaminan)

Assurance atau jaminan adalah adanya pengetahuan dari karyawan atau perusahaan dalam menanamkan kepercayaan terhadap produk atau perusahaan tersebut. Terdapat empat aspek yang bisa jadi parameter dalam dimensi ini, aspek-aspek tersebut adalah keramahan, kompetensi, kredibilitas dan keamanan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua bernilai negatif. Nilai perhitungan rata-rata dimensi *Assurance* juga bernilai negatif yaitu bernilai -0,444 yang berarti bahwa dimensi ini tidak memenuhi kepuasan pelanggan pada restoran.

Namun pada atribut 17 pihak restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan terdapat nilai negatif terkecil yaitu -0,35. Pada atribut 16 ketersediaan jaminan keamanan (*CCTV*, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal) bernilai negatif terbesar yaitu -0,39. Pada atribut 18 restoran memiliki sertifikat halal memiliki nilai *gap* terbesar yaitu -0,57. Pada atribut 19 karyawan menguasai informasi produk memiliki nilai *gap* -0,48. Kemudian pada atribut 20 kemudahan proses pembayaran memiliki nilai *gap* -0,42.

Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan belum puas pada dimensi *assurance* itu disebabkan karena pelanggan banyak yang belum mengetahui adanya jaminan-jaminan apa saja yang diberikan oleh pihak restoran seperti halnya sertifikasi halal dikarenakan pihak restoran tidak menempatkan sertifikat halal yang mudah dilihat oleh para pelanggan. Pelanggan juga mengharapkan karyawan memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam artian pihak restoran belum bisa memenuhi kepentingan pelanggan secara optimal. Solusi yang harus dilakukan pihak restoran yaitu menempatkan

informasi mengenai jaminan yang diberikan kepada pelanggan bahwa restoran memiliki beberapa jaminan untuk para pelanggan seperti halnya penempatan sertifikat halal agar mudah dilihat dan juga jaminan bahwa restoran bersedia mengganti makanan atau minuman jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan oleh pelanggan. Pihak restoran juga perlu mengadakan evaluasi dan *training* agar karyawan dapat memahami dan memberikan informasi yang tepat saat pelanggan menanyakan sesuatu.

5.2.5 Analisis *Empathy* (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. Pada dimensi ini juga tidak ditemukan *gap* yang positif dalam perhitungannya, nilai rata-rata dimensi ini yaitu sebesar -0,453.

Pada atribut 21 karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih, dan maaf jika terjadi sesuatu hal) memiliki nilai *gap* -0,49 dimana pelanggan merasa belum puas atas perhatian karyawan kepada pelanggan saat menyambut datang, mengucapkan maaf saat terjadi kesalahan dan mengucapkan terima kasih saat pelanggan telah melakukan transaksi. Pada atribut 22 bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami memiliki nilai *gap* sebesar -0,45, pelanggan belum puas dengan pemahaman serta tata ucapan karyawan saat melayani pelanggan. Pada atribut 23 karyawan sopan dalam melayani pelanggan memiliki nilai negatif terbesar yaitu -0,39 dimana pelanggan belum puas atas kesopanan karyawan saat melayani pelanggan.

Pada atribut 24 setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan memiliki nilai *gap* sebesar -0,34, pelanggan belum puas atas pelayanan yang diberikan

karyawan. Pada atribut 25 yaitu manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran memiliki nilai *gap* terbesar yaitu -0,60, dimana pelanggan belum puas atas ketersediaan pihak restoran menerima masukan atau pun kritik dari pelanggan, juga tidak adanya wadah untuk menyampaikan keluhan maupun masukan membuat atribut ini memiliki nilai *gap* terbesar pada dimensi *emphaty*.

Pada dimensi ini pelanggan juga merasa tidak puas atas empati yang diberikan pihak restoran kepada pelanggan. Maka dari itu pihak restoran harus segera mungkin memperbaiki empati mereka terutama kepada para karyawan agar lebih memberikan perhatian kepada pelanggan dengan cara memberikan tata cara melayani pelanggan dengan sikap yang baik dan lebih mengutamakan perhatian kepada pelanggan. Pihak restoran juga harus memberikan fasilitas untuk menampung saran maupun kritik dari pelanggan agar para pelanggan dapat menyampaikan keluhan dan saran langsung kepada pihak restoran.

5.3 Analisis Tingkat Kualitas Layanan

Pada analisis tingkat kualitas layanan pada Restoran Kepiting Dandito dapat dilihat nilai tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pada tabel 4.17. Pada dimensi *Tangible* nilai kualitas (Q) ialah sebesar 0,860 kemudian pada dimensi *Reliability* nilai Q adalah 0,896. Pada dimensi *Responsiveness* sebesar 0,887, dimensi *Assurance* memiliki nilai kualitas (Q) terbesar yaitu 0,903 atau bisa dikatakan baik. Dimensi *Empathy* memiliki nilai kualitas (Q) sebesar 0,901. Sedangkan pada rata-rata keseluruhan nilai kualitas (Q) sebesar 0,889. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada Restoran Kepiting Dandito belum bisa dikatakan baik. Karena menurut (Besterfield dalam jurnal Handoko, 2011) adalah jika $(Q) = 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan bisa dikatakan baik. Jika $(Q) < 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan belum bisa dikatakan baik atau belum memuaskan.

5.4 Analisis *Importance Performance Analysis*

Analisis *IPA* dilakukan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam pelayanan Restoran Kepiting Dandito di Balikpapan berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan pelanggan restoran tersebut. 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).

5.4.1 Posisi *Concentrate Here* (Kuadran A)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan rendah. 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. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Ketersediaan lahan parkir yang cukup (A3)
2. Kejelasan informasi di buku menu (A5)
3. Kecepatan waktu penyajian yang sesuai (A8)
4. Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu (A12)
5. Kesiapan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu (A13)

5.4.2 Posisi *Keep up the Good Work* (Kuadran B)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga tinggi, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini dinilai aman dan harus dipertahankan kinerjanya. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Jumlah meja makan memadai (A1)
2. Peralatan makan lengkap (A2)
3. Kerapian, kebersihan, kenyamanan restoran (A4)
4. Ketepatan jam buka tutup restoran (06.00 – 22.00) (A6)
5. Kualitas rasa makanan yang konsisten (A7)
6. Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan (A11)
7. Kualitas rasa makanan yang konsisten (A14)
8. Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi (A15)
9. Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawaan yang tertinggal) (A16)
10. Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan (A17)
11. Restoran memiliki sertifikasi Halal (A18)
12. Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik (A19)
13. Kemudahan proses pembayaran (A20)
14. Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terima kasih dan maaf jika terjadi sesuatu) (A21)
15. Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami (A22)
16. Karyawan sopan dalam melayani pelanggan (A23)
17. Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan (A24)
18. Manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran (A25)

5.4.3 Posisi *Low Priority* (Kuadran C)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan pelanggan terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga rendah, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

1. Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs *web* & media sosial (A12)

5.4.4 Posisi *Possible Overkill* (Kuadran D)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran 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 perusahaan harus mengurangi aktivitas atau menghemat sumberdaya untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini. Tidak ada faktor yang masuk dalam kuadran ini.

Pada diagram *IPA*, atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan yaitu keseluruhan atribut yang masuk dalam kuadran A, yaitu (A3) ketersediaan lahan parkir yang cukup dengan nilai *gap* terbesar -1,54, (A5) Kejelasan informasi di buku menu yaitu dengan nilai *gap* sebesar -0,62, (A8) yaitu kecepatan waktu penyajian yang sesuai sebesar dengan nilai *gap* sebesar -0,77, (A12) ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu dengan nilai *gap* sebesar -0,56, (A13) kesediaan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu dengan nilai *gap* sebesar -0,57.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisa kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *servqual* dan *IPA* pada Restoran Kepiting Dandito di Balikpapan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan metode *servqual* dari keseluruhan 25 atribut pelanggan merasa belum puas terhadap pelayanan Restoran Kepiting Dandito. Secara keseluruhan kinerja karyawan berada pada nilai rata-rata 4,042 dan kepentingan pelanggan berada pada nilai rata-rata 4,545 sehingga rata-rata *gap* kinerja dan kepentingan 25 atribut adalah -0,503 yang menunjukkan bahwa pelanggan belum puas terhadap pelayanan yang diberikan Restoran Kepiting Dandito.
2. Pada diagram *IPA*, atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan yaitu keseluruhan atribut yang masuk dalam kuadran A, yaitu ketersediaan lahan parkir yang cukup (A3) dengan nilai *gap* sebesar -1,54, Kejelasan informasi di buku menu (A5) dengan nilai *gap* sebesar -0,62, kecepatan waktu penyajian yang sesuai (A8) dengan nilai *gap* sebesar -0,77, ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu (A12) dengan nilai *gap* sebesar -0,56, dan kesediaan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu (A13) dengan nilai *gap* -0,57.

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 Restoran Kepiting Dandito 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 yang harus dilakukan perusahaan adalah segera memperluas area parkir agar pelanggan tidak kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya, menambahkan informasi akurat pada buku menu seperti menambahkan gambar menu dan agar pelanggan mudah untuk menentukan pilihan makanan atau minuman pada atribut, kemudian memberikan edukasi tentang standar pelayanan kepada karyawan agar kemampuan karyawan lebih meningkat seperti memiliki *mindset* bahwa pelanggan adalah orang penting dan menguasai informasi mengenai menu yang ditawarkan oleh restoran dan melakukan evaluasi berkala agar karyawan tidak mengulangi kesalahan-kesalahan yang dapat terulang, selanjutnya pihak restoran juga mempertimbangkan penambahan karyawan pada *departement kitchen* agar dapat mengurangi waktu penyajian yang dirasa cukup lama oleh pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Albrecht, K., & Zemke, R. (1985). *Service America!*. Dow Jones-Irwin.

- Angga Dharmawan. (2014). Rancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode *Servqual*, *Importance Performance Analysis*, dan *Quality Function Deployment* Pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya. Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1990). *Five imperatives for improving service quality. MIT Sloan Management Review*, 31(4), 29.
- Dirgantara, H. P., & Sambodo, A. T. (2015). Penerapan Model *Importance Performance Analysis* dalam Studi Kasus : Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com. Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta.
- Dresner, M., & Xu, K. (1995). *Customer service, customer satisfaction, and corporate perfo. Journal of Business Logistics*, 16(1), 23.
- I Made Suska V, N. Budiarta R. M & Gd. Astawa Diputra. (2013). Analisis Kualitas pelayanan Pas Bandara Internasional Ngurah Rai Dengan Menggunakan Model *Servqual*. *Jurnal Spektran*, Vol 1, No 1.
- 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.*
- Kotler, P. & Keller, K., L. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management, Millenium Edition*, New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Marsum, W. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi 4. Yogyakarta : Andi.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). *Importance-performance analysis. The journal of marketing*, 77-79.
- Ninemeier, K. D., & Hayes, D. K. (2006). *Restaurant operation management.*
- Nurdiyanti, D. H. (2010). Efektivitas penggunaan model pembelajaran problem *Based Learning* Guna Pembentukan Berpikir Kritis Pada SMK Perindustrian Yogyakarta. *Program Studi Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.*
- Ong, J.O., & Prambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan *Importance Performance Analysis* di SBU *Laboratory* Cibitung PT SUCOFINDO (PERSERO). Fakultas Teknik, Jurusan Teknik Industri, *President University.*
- Orilio, W. (2005). *Moment of truth: Small gestures make a big difference in caring for customers. Nation's Restaurant News*, 39(11), 19-20.

- Saefudin, A. (1992). Realibilitas dan validitas. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Sari, D. P., & Harmawan, A. (2012). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Instalasi Rawat Jalan Dengan Metode *Servqual* dan TRIZ. *Jurnal TI Undip, Vol VII, No.2*.
- Siboro, S., & Millanyani, H. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* Pada Bengkel Sentra Anugrah Motor. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi*.
- Suharsimi, A. (1998). Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, A. (2002). *Service Quality Satisfaction*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2004). Manajemen Jasa, Andi.
- Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3*. Andi. Yogyakarta.
- Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa: Desain *Servqual*, QFD, dan Kano disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian. PT Indeks, Jakarta.
- Yamit, Z. (2005) Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1990). *Delivering Quality Service : Balancing Customers Perceptions and Expectations*. New York: The Free Pass.

LAMPIRAN

LEMBAR PERSETUJUAN RESPONDEN PENELITIAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Bapak/Ibu yang saya hormati,

Saya yang bernama Muhammad Anggy Azhari (12522145), mahasiswa S-1 Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait Kepuasan Pelanggan (*Service Quality*) di Restoran Kepiting Dandito Balikpapan sebagai salah satu kegiatan dalam menyelesaikan tugas akhir di Program Studi S-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan. Untuk keperluan tersebut saya mohon kesediaan saudara/i menjadi responden dan selanjutnya saya mohon partisipasi saudara/i dalam pengisian kuesioner. Jika saudara/i bersedia silahkan tanda tangani lembar persetujuan ini sebagai bukti kesediaan.

Partisipasi saudara/i dalam penelitian ini bersifat sukarela, sehingga saudara/i bebas mengundurkan diri setiap saat tanpa ada sanksi apapun. Identitas pribadi dan semua informasi yang saudara/i berikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian semata.

Terimakasih atas partisipasi saudara dalam penelitian ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Balikpapan, 2017

Hormat Saya,

Muhammad Anggy Azhari



KUESIONER KEPUASAN PELANGGAN

BAGIAN I

Petunjuk pengisian:

Isi dan berilah tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

1. Nama / inisial :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :
4. Pekerjaan : Pelajar Mahasiswa/i Karyawan Wiraswasta
 Lain-lain:
5. Pendapatan / uang saku Anda per bulan:
 < Rp. 500.000,-
 Rp. 500.001 – Rp. 5.000.000,-
 > Rp. 5.000.000

BAGIAN II

Petunjuk pengisian:

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan:

Skala Kepuasan/Kenyataan

Skala Kepentingan/Harapan

1 = Sangat Tidak Puas

1 = Sangat Tidak Penting

2= Tidak Puas

2= Tidak Penting

3= Cukup

3= Cukup

4= Puas

4= Penting

5 = Sangat Puas

5 = Sangat Penting

Semakin besar angka yang Anda lingkari, semakin Anda setuju terhadap pernyataan tersebut.

No	`Kenyataan					Pernyataan	Harapan				
						Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti fisik)					
1	1	2	3	4	5	Jumlah meja makan memadai	1	2	3	4	5
2	1	2	3	4	5	Peralatan makan lengkap	1	2	3	4	5
3	1	2	3	4	5	Ketersediaan lahan parkir yang cukup	1	2	3	4	5
4	1	2	3	4	5	Kerapian, kebersihan, kenyamanan restoran	1	2	3	4	5
5	1	2	3	4	5	Kejelasan informasi di buku menu	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Reliability</i> (Kehandalan)					
6	1	2	3	4	5	Ketepatan jam buka dan tutup restoran (06.00 – 22.00)	1	2	3	4	5
7	1	2	3	4	5	Kualitas rasa makanan yang konsisten	1	2	3	4	5
8	1	2	3	4	5	Kecepatan waktu penyajian yang sesuai	1	2	3	4	5
9	1	2	3	4	5	Kemudahan mendapatkan informasi restoran melalui situs <i>web</i> & media sosial	1	2	3	4	5
10	1	2	3	4	5	Kemudahan dalam melakukan pemesanan melalui telepon	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)					
11	1	2	3	4	5	Ketanggapan karyawan dalam mengarahkan pelanggan langsung ke tempat duduk	1	2	3	4	5
12	1	2	3	4	5	Ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu	1	2	3	4	5
13	1	2	3	4	5	Kesediaan karyawan mendampingi pelanggan dalam memilih menu	1	2	3	4	5
14	1	2	3	4	5	Ketanggapan karyawan saat menerima keluhan pelanggan	1	2	3	4	5
15	1	2	3	4	5	Kecepatan karyawan dalam menangani transaksi	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)					

16	1	2	3	4	5	Ketersediaan jaminan keamanan (CCTV, keamanan parkir, barang bawan yang tertinggal)	1	2	3	4	5
17	1	2	3	4	5	Restoran bersedia mengganti makanan/minuman dengan yang baru jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan	1	2	3	4	5
18	1	2	3	4	5	Restoran memiliki sertifikasi Halal	1	2	3	4	5
19	1	2	3	4	5	Pelanggan merasa restoran memiliki reputasi yang baik	1	2	3	4	5
20	1	2	3	4	5	Kemudahan proses pembayaran	1	2	3	4	5
						Dimensi <i>Empathy</i> (Empati)					
21	1	2	3	4	5	Karyawan memberikan perhatian personal kepada pelanggan (ucapan selamat datang, terimakasih dan maaf jika terjadi sesuatu hal)	1	2	3	4	5
22	1	2	3	4	5	Bahasa dan ucapan karyawan dalam menerangkan sesuatu mudah dipahami	1	2	3	4	5
23	1	2	3	4	5	Karyawan sopan dalam melayani pelanggan	1	2	3	4	5
24	1	2	3	4	5	Setiap pelanggan mendapatkan pelayanan yang memuaskan	1	2	3	4	5
25	1	2	3	4	5	Manajemen restoran bersedia menerima kritik dan saran	1	2	3	4	5

