

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **5.1 Analisis Tingkat Kualitas Layanan**

Pada bab ini akan dilakukan analisis hasil pengolahan data, analisis terdiri dari analisis kualitas pelayanan dengan model servqual dan analisis preferensi pelanggan dengan pihak UKM Bakso Solo. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi yang terkait dalam kualitas layanan suatu perusahaan adalah dimensi fisik (*Tangible*), dimensi kehandalan (*Reliability*), dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), dimensi jaminan (*Assurance*), dan dimensi empati (*Emphty*).

Analisis servqual dilakukan dengan melihat kesenjangan (*Gap*) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima pelanggan. Terjadinya kesenjangan karena adanya gap yang bernilai negatif. Semakin kecil nilai gap maka semakin sedikit kesenjangan yang terjadi, artinya pelayanan yang diberikan semakin mendekati harapan pelanggan. Sedangkan jika gap bernilai positif, maka tidak ada kesenjangan yang terjadi. Semakin besar nilai gap berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

##### **5.1.1 Analisis Servqual Tiap Dimensi**

### 1. Dimensi Fisik (*Tangible*)

Pada tabel 4.5, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut pengaturan cahaya dan sirkulasi udara yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,8267. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan tidak menyukai pengaturan pencahayaan dan sirkulasi udara ketika berkunjung ke UKM Bakso Solo. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut kenyamanan dan luasnya ruang makan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,2666. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut pengaturan pencahayaan dan sirkulasi udara sebesar -0,8267, tata letak tempat makan sebesar -0,66, kelengkapan fasilitas alat makan, kursi dan meja makan sebesar -0,6667, penampilan dan kerapian pegawai sebesar -0,6267, daftar menu yang lengkap sebesar -0,6, pengaturan tempat pembuatan makanan dan cuci piring sebesar -0,5733, kebersihan tempat makan sebesar -0,4667, dan tata letak tempat makan sebesar -0,2666.

Skor rata-rata dimensi *tangible* untuk persepsi sebesar 3,3117 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 3,9 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,5883. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi fisik (*Tangible*) masih perlu ditingkatkan.

### 2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Pada tabel 4.5, terlihat bahwa kesenjangan terbesar terjadi pada atribut kecekatan dan kecepatan dalam menerima pesanan pelanggan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,8933. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan belum puas terhadap pelayanan dalam menerima pesanan pelanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut kenyamanan dan luasnya ruang makan yang mempunyai nilai

kesenjangan sebesar -0,3867. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut kecekaatan dan kecepatan dalam menerima pesanan pelanggan sebesar -0,8933, atribut kecekaatan dan kecepatan melayani pelanggan sebesar -0,8267, dan atribut kecekaatan dan kecepatan dalam pembuatan dan penyajian makanan sebesar -0,3867.

Skor rata-rata dimensi *Reliability* untuk persepsi sebesar 3,16 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 3,8622 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,7022. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi kehandalan (*Reliability*) masih perlu ditingkatkan.

### 3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada atribut kecepatan pemilik dalam mengatasi keluhan konsumen yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,6134. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa pemilik UKM Bakso Solo belum mengatasi keluhan dari pelanggan. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut kemudahan dalam pemesanan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,4267. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut kecepatan pemilik dalam mengatasi keluhan konsumen sebesar -0,6134, kesanggupan pemilik dalam menerima komplain sebesar -0,5867, tanggung jawab terhadap ketidaksesuaian pesanan sebesar -0,4666, dan kemudahan dalam pemesanan sebesar -0,4267.

Skor rata-rata dimensi *responsiveness* untuk persepsi sebesar 3,4433 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 3,9667 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,5234. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat

disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) masih perlu ditingkatkan.

#### 4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada atribut tingkat kebersihan dan kualitas makanan serta minuman yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,7203. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan masih belum puas terhadap kebersihan dan kualitas makanan dan minuman yang disajikan UKM Bakso Solo. Sedangkan atribut yang memiliki nilai kesenjangan terkecil adalah atribut pengganti pesanan yang tidak sesuai yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,3733. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap atribut ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut tingkat kebersihan dan kualitas makanan serta minuman sebesar -0,7203, atribut rasa dan varian yang sesuai dengan yang ditawarkan sebesar -0,64, atribut harga terjangkau sebesar -0,467, atribut kesesuaian menu terhadap harga sebesar -0,453, dan atribut pengganti pesanan yang tidak sesuai sebesar -0,3733.

Skor rata-rata dimensi *assurance* untuk persepsi sebesar 3,4533 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 3,9841 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar -0,5307. Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi jaminan (*Assurance*) masih perlu ditingkatkan.

#### 5. Dimensi Empati (*Emphy*)

Pada dimensi ini, kesenjangan terbesar terjadi pada atribut keramahan dan kesopanan pegawai kepada pelanggan yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar -0,5867. Hal ini membuktikan bahwa pelanggan masih belum puas dengan sikap pegawai UKM Bakso Solo. Sedangkan atribut yang memiliki

nilai kesenjangan terkecil adalah atribut pemberian fasilitas yang digratiskan (air putih) yang mempunyai nilai kesenjangan sebesar  $-0,2667$ . Hal ini membuktikan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pemberian air putih gratis ini. Adapun urutan atribut-atribut yang memiliki nilai gap terbesar hingga terkecil adalah atribut keramahan dan kesopanan pegawai kepada pelanggan sebesar  $-0,5867$ , atribut adil dalam melayani sebesar  $-0,5334$ , atribut keluhan dan saran yang ditanggapi sebesar  $-0,533$ , dan atribut pemberian fasilitas yang digratiskan (air putih) sebesar  $-0,2667$ .

Skor rata-rata dimensi *emphy* untuk persepsi sebesar 3,43 dan untuk skor rata-rata harapan sebesar 3,91 dan terjadi kesenjangan/gap sebesar  $-0,48$ . Dari hasil analisis kualitas layanan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan untuk dimensi empati (*Empthy*) masih perlu ditingkatkan.

## 5.2 Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius ini merupakan suatu diagram yang dibagi kedalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dalam melakukan evaluasi kualitas layanan berdasarkan tingkat persepsi dan harapan pelanggan. Pada analisis tingkat kepentingan, dilakukan pembagian menjadi empat kuadran untuk seluruh variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Kuadran A mempunyai tingkat kepentingan sangat penting (prioritas utama), kuadran B mempunyai tingkat kepentingan penting (prioritas kedua), kuadran C mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah), dan kuadran D mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

### 5.2.1 Kuadran A

### 1. Dimensi *Tangible*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 3 yaitu tata letak tempat makan dengan nilai gap sebesar -0,68, atribut 4 yaitu pengaturan tempat makan dan cuci piring sebesar -0,5733, atribut 5 yaitu pengaturan pencahayaan dan sirkulasi udara sebesar -0,8267, atribut 6 yaitu kelengkapan fasilitas tempat makan sebesar -0,6667, dan atribut 7 yaitu daftar menu yang lengkap sebesar -0,6.

### 2. Dimensi *Reliability*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 10 yaitu kecekatan dan kecepatan melayani pelanggan sebesar -0,8267, dan atribut 11 yaitu kecekatan dan kecepatan dalam menerima pesanan pelanggan sebesar -0,8933.

### 3. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan sangat penting (prioritas utama).

### 4. Dimensi *Assurance*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 17 yaitu tingkat kebersihan dan kualitas makanan serta minuman sebesar -0,7203, dan atribut 18 yaitu rasa dan varian yang sesuai dengan yang ditawarkan sebesar -0,64.

### 5. Dimensi *Emphty*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 22 yaitu keramahan dan kesopanan pegawai kepada pelanggan sebesar -0,5867, dan atribut 23 yaitu adil dalam melayani sebesar -0,5334.

### 5.2.2 Kuadran B

#### 1. Dimensi *Tangible*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 8 yaitu penampilan dan kerapihan pegawai dengan nilai gap sebesar -0,6267.

#### 2. Dimensi *Reliability*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan penting (prioritas kedua).

#### 3. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 12 yaitu tanggung jawab terhadap ketidaksesuaian pesanan dengan nilai gap sebesar -0,4666, atribut 13 yaitu kemudahan dalam pemesanan dengan nilai gap sebesar -0,4267, atribut 14 yaitu kesanggupan pemilik dalam menerima komplain dengan nilai gap sebesar -0,5867, atribut 15 yaitu kecepatan pemilik dalam mengatasi keluhan konsumen dengan nilai gap sebesar -0,6134.

#### 4. Dimensi *Assurance*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 16 yaitu harga terjangkau dengan nilai gap sebesar -0,467, atribut 19 yaitu penganti pesanan yang tidak sesuai dengan nilai gap sebesar -0,3733, atribut 20 yaitu kesesuaian menu terhadap harga dengan nilai gap sebesar -0,453.

#### 5. Dimensi *Emphity*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 24 yaitu keluhan dan saran ditanggapi dengan baik dengan nilai gap sebesar -0,533.

### 5.2.3 Kuadran C

#### 1. Dimensi *Tangible*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 1 yaitu kebersihan tempat makan dengan nilai gap sebesar -0,4667.

#### 2. Dimensi *Reliability*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 9 yaitu kecekatan dan kecepatan dalam pembuatan dan penyajian makanan dengan nilai gap sebesar -0,3867.

#### 3. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah).



#### 4. Dimensi *Assurance*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah).

#### 5. Dimensi *Emphty*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan kurang penting (prioritas rendah).

### 5.2.4 Kuadran D

#### 1. Dimensi *Tangible*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 2 yaitu kenyamanan dan luasnya ruang makan dengan nilai gap sebesar -0,3867.

#### 2. Dimensi *Reliability*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

#### 3. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

#### 4. Dimensi *Assurance*

Pada dimensi ini tidak ada atribut yang masuk kuadran A, sehingga pada dimensi ini tidak ada atribut yang mempunyai tingkat kepentingan tidak terlalu penting (prioritas sangat rendah).

#### 5. Dimensi *Empthy*

Pada dimensi ini, yang masuk kedalam kuadran ini adalah atribut 21 yaitu pemberian fasilitas yang digratiskan dengan nilai gap sebesar -0,2667.

