

**PENINGKATAN KEUNGGULAN BISNIS RESTAURANT  
BERBASIS PENGEMBANGAN KEUNIKAN PELAYANAN**

**(Studi Kasus Pada Rumah Makan Bu Eko Kediri)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
Teknik Industri**



Oleh :

**Nama : Bima Satria Pratama**

**No. Mahasiswa : 12 522 289**

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

**2016**

## PERNYATAAN KEASLIAN

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



Yogyakarta, Agustus 2016

**Bima Satria Pratama**

**NIM : 12522289**

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agus Widjaja  
Jabatan : Pemilik Rumah Makan Bu Eko Spesial Garang Asem Kediri  
Alamat : Jl. Wonoasri , Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur

Menerangkan bahwa :

Nama : Bima Satria Pratama  
NIM : 12522289  
Fakultas : Teknologi Industri  
Universitas : Universitas Islam Indonesia  
Judul Skripsi : Peningkatan Keunggulan Bisnis Restaurant Berbasis Pengembangan Keunikan Pelayanan (Studi Kasus Pada Rumah Makan Bu Eko).

Telah melakukan pengambilan data untuk keperluan penelitian tugas akhir di Rumah Makan Bu Eko Spesial Garang Asem.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya bagi yang berkepentingan.

Kediri, 11 Juli 2016

Pemilik Rumah Makan Bu Eko Spesial Garang Asem

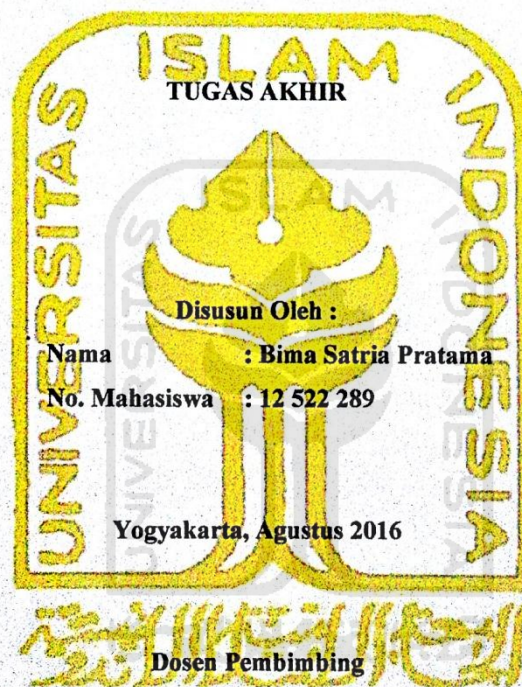


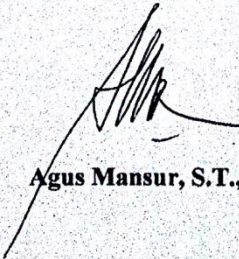
Agus Widjaja

**LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING**

**PENINGKATAN KEUNGGULAN BISNIS RESTAURANT  
BERBASIS PENGEMBANGAN KEUNIKAN PELAYANAN**

**(Studi Kasus Pada Rumah Makan Bu Eko Kediri)**



  
**Agus Mansur, S.T., M.Eng.Sc.**

**LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI**

**PENINGKATAN KEUNGGULAN BISNIS RESTAURANT  
BERBASIS PENGEMBANGAN KEUNIKAN PELAYANAN  
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Bu Eko Kediri)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun oleh :

Nama : Bima Satria Pratama

No. Mahasiswa : 12 522 289

Telah Dipertahankan Di Depan Sidang Penguji Sebagai Satu Syarat Untuk  
Memperoleh

**Gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri**

**Yogyakarta, September 2016**

**Tim Penguji**

Agus Mansur, S.T.,M.Eng.Sc.

**Ketua**

Hartomo, Ir.,M.Sc.Ph.D.

**Anggota 1**

Nashrullah Setiawan, S.T.,M.Sc.

**Anggota 2**



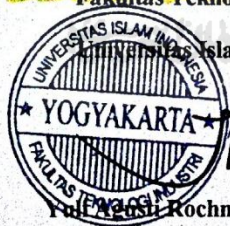
*Handwritten signatures of the examiners.*

Mengetahui

**Ketua Program Studi Teknik Industri**

**Fakultas Teknologi Industri**

**Universitas Islam Indonesia**



**Rochman, S.T.,M.Eng**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillahirabbil'amin...*

*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 skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.*

*Kupersembahkan karya sederhana ini.....*

*Kepada Ayahanda Widodo dan Ibunda Endah Kusumastuti tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, motivasi, dan do'a yang tak kunjung henti serta pengorbanan yang tak terbalaskan.*

*Kepada Adikku tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, do'a, dan masukan sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan..*

*Kepada semua Guru-guruku yang telah memberikanku ilmu-ilmu yang sangat bermanfaat dalam hidupku..*

*Serta sahabat-sahabat terbaikku yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi, insipirasi, menyumbangkan tenaga, dan membuat hidup lebih berarti..*

*Terimakasih untuk semuanya..*



## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb*

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya serta Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi wa Sallam*, keluarganya, sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dan syukur Alhamdulillah atas segala rahmat dan anugerah-Nya yang telah memberi ilmu, kekuatan, dan tuntunan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Peningkatan Keunggulan Bisnis Restaurant Berbasis Pengembangan Keunikan Pelayanan”. Tugas Akhir ini diselesaikan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 program studi Teknik Industri pada Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka penulisan Tugas Akhir ini tidak akan lancar.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati ijinkalah kami untuk menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berjasa memberikan motivasi dalam rangka menyelesaikan laporan ini. Untuk ini penulis mengucapkan 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 Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Agus Mansur, S.T., M.Eng.Sc. selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberi bimbingan kepada kami.
4. Bapak Agus Widjaja dan Ibu Noneng Ruhyamah yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Bu Eko.
5. Seluruh karyawan Rumah Makan Bu Eko yang telah banyak memberikan pengalaman dan pengetahuan baru kepada penulis.



6. Kedua Orang Tua yang telah memberi motivasi dan dukungannya sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.

Saya juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Semoga kebaikan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis menjadi amal sholeh yang senantiasa mendapat balasan dan kebaikan yang berlipat ganda dari Allah Subhana Wa Ta'ala. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mohon kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan dimasa yang akan datang. Akhir kata semoga tugas akhir ini dapat digunakan sebagai mana mestinya serta berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca yang berminat pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb



Yogyakarta, Agustus 2016

Bima Satria Pratama

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penelitian.....	5
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Kajian Deduktif .....	7
2.1.1 Jasa.....	7
2.1.1.1 Karakteristik Jasa .....	7
2.1.1.2 Klasifikasi Jasa .....	8
2.1.2 Keunikan Pelayanan .....	9
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.3.2 Penilaian Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.3.3 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa .....	13
2.1.3.4 Faktor Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	15

2.1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.4.1 Harapan Pelanggan.....	17
2.1.4.2 Persepsi Pelanggan.....	17
2.1.4.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	18
2.1.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data.....	19
2.1.5.1 Kuesioner.....	19
2.1.5.2 Metode Sampling.....	22
2.1.6 Teknik Pengujian Instrumen.....	23
2.1.6.1 Validitas.....	23
2.1.6.2 Reliabilitas.....	24
2.1.7 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	24
2.1.8 <i>Service Quality</i> .....	25
2.1.9 <i>Quality Function Development</i> .....	25
2.1.9.1 <i>House of Quality</i> .....	26
2.1.9.2 Manfaat QFD.....	28
2.1.9.3 Tahapan <i>House of Quality</i> .....	29
2.1.9.4 Matrik <i>Part Deployment</i> .....	31
2.1.9.5 Matrik Perencanaan Proses.....	32
2.1.9.6 Matrik Perencanaan Produksi.....	32
2.2 Kajian Induktif.....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Tempat dan Objek Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.3 Pengumpulan Data.....	41
3.4 Diagram Alir Penelitian.....	43
3.4.1 Studi Lapangan.....	44
3.4.2 Studi Literatur.....	44
3.4.3 Identifikasi Masalah.....	44
3.4.4 Rumusan Masalah.....	44
3.4.5 Tujuan Penelitian.....	45
3.4.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	45
3.4.7 Penyusunan Kuesioner.....	45
3.4.8 Penyebaran Kuesioner.....	47



3.4.9.1 Uji Kecukupan Data.....	47
3.4.9.2 Uji Validitas .....	47
3.4.9.3 Uji Reliabilitas .....	49
3.4.9.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	49
3.4.9.5 <i>Service Quality</i> .....	50
3.4.9.6 <i>Quality Function Development</i> .....	50
3.4.10 Analisa dan Pembahasan .....	53
3.4.11 Kesimpulan dan Saran .....	53

#### **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1 Pengumpulan Data.....	54
4.1.1 Profil Rumah Makan Bu Eko Secara Umum .....	54
4.2 Pengolahan Data .....	56
4.2.1 Uji Kecukupan Data.....	58
4.2.2 Uji Validitas .....	59
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	65
4.2.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	66
4.2.5 <i>Service Quality</i> .....	69
4.2.6 Identifikasi Atribut Keluhan dan Harapan Pelanggan .....	73
4.2.7 <i>Quality Function Development</i> .....	75
4.2.7.1 Menentukan <i>Customer Needs</i> .....	75
4.2.7.2 Menentukan Tingkat Kepentingan.....	76
4.2.7.3 Menerjemahkan <i>Customer Needs</i> ke <i>Technical Requirement</i> .....	77
4.2.7.4 Menentukan <i>Relationship</i> .....	79
4.2.7.5 Menentukan Target .....	80
4.2.7.6 Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif .....	82
4.2.7.7 Menentukan Matriks Korelasi.....	83
4.2.7.8 Menentukan Nilai <i>Sales Point</i> dan <i>Goal</i> .....	84
4.2.7.9 <i>Customer Competitive Evaluation</i> .....	85
4.2.7.10 Perhitungan <i>Improvement Ratio</i> .....	85
4.2.7.11 Perhitungan <i>Row Weight</i> .....	86
4.2.7.12 Matrik <i>Part Deployment</i> .....	86
4.2.7.13 Uji Validasi Rancangan Atribut Usulan.....	93
4.2.7.14 Matrik <i>Process Planning</i> .....	94

4.2.7.15 Matrik <i>Production Planning</i> .....	96
--	----

## **BAB V PEMBAHASAN**

5.1 Analisa Atribut Rumah Makan .....	97
5.2 Analisa Hasil Uji Validitas .....	113
5.3 Analisa Hasil Uji Reliabilitas .....	113
5.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	114
5.5 Analisa Hasil <i>Service Quality</i> .....	114
5.6 Analisa <i>Quality Function Development</i> .....	115
5.6.1 Menentukan <i>Customer Needs</i> .....	116
5.6.2 Menentukan <i>Importance Rating</i> .....	116
5.6.3 Menerjemahkan <i>Customer Needs</i> ke <i>Technical Requirement</i> .....	117
5.6.4 Menentukan <i>Relationship</i> .....	119
5.6.5 Menentukan Target .....	122
5.6.6 Analisa Matrik Korelasi .....	126
5.6.7 Menentukan Nilai <i>Sales Point</i> .....	127
5.6.8 <i>Customer Competitive Evaluation</i> .....	127
5.6.9 <i>Improvement Ratio</i> .....	128
5.7.10 <i>Row Weight</i> dan Kolom <i>Action</i> .....	128
5.7.11 Matrik <i>Part Deployment</i> .....	129
5.7.12 Matrik Perencanaan Proses .....	134
5.7.13 Matrik Perencanaan Produksi .....	135

## **BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan .....	137
6.2 Saran .....	138

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Relationship House of Quality</i> .....	29
Tabel 2.2 Kajian Induktif.....	34
Tabel 3.1 Kriteria <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	50
Tabel 4.1 Atribut Pelayanan .....	56
Tabel 4.2 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	60
Tabel 4.3 Uji Validitas Harapan Pelanggan.....	61
Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan RM Bu Eko Dibanding RM Bu Lanny .....	63
Tabel 4.5 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan RM Bu Lanny Dibanding RM Bu Eko .....	64
Tabel 4.6 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Keunikan Solusi .....	65
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Atribut Pelayanan.....	65
Tabel 4.8 <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	66
Tabel 4.9 <i>Service Quality</i> .....	70
Tabel 4.10 Keluhan dan Harapan Pelanggan di Rumah Makan Bu Eko.....	73
Tabel 4.11 Kebutuhan Pelanggan .....	76
Tabel 4.12 <i>Importance Rating</i> .....	77
Tabel 4.13 <i>Technical Requirement</i> .....	78
Tabel 4.14 Target.....	80
Tabel 4.15 Nilai Kepentingan Absolut Dan Kepentingan Relatif .....	83
Tabel 4.16 <i>Customer Competitive Evaluation</i> .....	85
Tabel 4.17 <i>Improvement Ratio</i> .....	86
Tabel 4.18 Row Weight .....	87
Tabel 4.19 Uji Validitas Rancangan Atribut Usulan .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model <i>House of Quality</i> .....	27
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian .....	43
Gambar 3.2 Matrik <i>Part Deployment</i> .....	52
Gambar 4.1 <i>Relationship</i> .....	79
Gambar 4.2 Matrik Korelasi .....	84
Gambar 4.3 <i>House of Quality</i> .....	88
Gambar 4.4 <i>Fault Tree Analysis</i> Pengurangan Rasa Menunggu Pelanggan .....	90
Gambar 4.5 <i>Fault Tree Analysis</i> Sistem Ganti Salah Antar Pesanan .....	90
Gambar 4.6 <i>Fault Tree Analysis</i> Garansi Anti Kekecewaan Pelanggan .....	90
Gambar 4.7 <i>Fault Tree Analysis</i> Desain Lingkungan Rumah Makan Asri .....	90
Gambar 4.8 <i>Fault Tree Analysis</i> Penyambutan Pelanggan Ketika Datang .....	91
Gambar 4.9 <i>Fault Tree Analysis</i> Jaminan Kualitas Rasa Makanan dan Minuman .....	91
Gambar 4.10 <i>Fault Tree Analysis</i> Modifikasi Jam Buka Rumah Makan .....	91
Gambar 4.11 Matrik <i>Part Deployment</i> .....	92
Gambar 4.12 Peta Operasi Pelayanan Rumah Makan .....	94
Gambar 4.13 Matrik Perencanaan Proses .....	95
Gambar 4.14 Matrik Perencanaan Produksi .....	96
Gambar 5.1 Jadwal Kegiatan Pelayan Sebelum Jam 09.00 WIB .....	98
Gambar 5.2 Karyawan Memakai Seragam Rumah Makan Bu Eko .....	98
Gambar 5.3 Fasilitas Bantal Duduk dan Kipas Angin .....	99
Gambar 5.4 Tempat Parkir Sepeda Motor .....	100
Gambar 5.5 Tempat Parkir Mobil .....	100
Gambar 5.6 Kebersihan Toilet .....	101
Gambar 5.7 Kebersihan Wastafel .....	101
Gambar 5.8 Kebersihan Musholla .....	102
Gambar 5.9 Dekorasi Blok Duduk Bagian Depan .....	103
Gambar 5.10 Dekorasi Blok Lesehan Panggung .....	103
Gambar 5.11 Dekorasi Ruang VIP/Meeting .....	104
Gambar 5.12 Kondisi Fisik Meja dan Kursi .....	105
Gambar 5.13 Taman Rumah Makan Bu Eko .....	106
Gambar 5.14 Kolam Ikan Rumah Makan Bu Eko .....	106





## ABSTRAK

*Rumah Makan Bu Eko merupakan salah satu Rumah Makan yang cukup dikenal oleh masyarakat di Kediri Jawa Timur. Rumah makan yang mengusung konsep Jawa dan asri tersebut telah berdiri sejak tahun 2013. Dengan adanya bisnis restaurant sejenis yang bermunculan, persaingan menjadi semakin ketat. Namun pada manajemen pelayanan masih terdapat kekurangan sehingga perlu dilakukan perbaikan kualitas pelayanan. Perbaikan ini bertujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Memberikan pelayanan yang terbaik merupakan cara terbaik untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini akan diintegrasikan beberapa metode yaitu Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality (Servqual), dan Quality Function Development (QFD). Metode CSI dan Servqual dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara umum terhadap pelayan yang telah diberikan pihak Rumah Makan Bu Eko. Berdasarkan metode QFD diperoleh prioritas perbaikan kualitas pelayanan yaitu rancangan penggunaan bahan baku tradisional, rancangan desain rumah makan asri, rancangan desain layout rumah makan, rancangan sistem pengurangan rasa menunggu pelanggan, rancangan jam buka rumah makan, dan rancangan sistem garansi anti kekecewaan pelanggan.*

**Kata Kunci :** Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, *Customer Satisfaction Index, Service Quality, Quality Function Development*

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dunia industri semakin hari semakin meningkat pesat dan telah memunculkan konsekuensi secara langsung pada peningkatan persaingan antar perusahaan. Sementara itu seiring perkembangan dunia industri masyarakat atau konsumen menjadi semakin kritis untuk mendapatkan produk ataupun jasa yang berkualitas. Pada dasarnya tujuan utama dari sebuah bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas. Komitmen pada kualitas yang berorientasi pada pelanggan merupakan salah satu faktor yang menjadi penunjang keberhasilan dalam berbisnis, terutama pada industri jasa. Salah satu bentuk dari industri jasa yang semakin banyak bermunculan yaitu industri jasa kuliner.

Dewasa ini usaha industri makanan semakin banyak digeluti oleh para pengusaha. Hal ini dikarenakan terdapat peluang besar dalam usaha kuliner tersebut. Masyarakat yang sekarang cenderung lebih memilih makan diluar rumah dibandingkan di rumah karena beberapa hal, seperti kenyamanan dan kualitas rasa dari kuliner yang disajikan. Dengan semakin banyaknya usaha kuliner tersebut maka pemilik usaha tempat makan harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk konsumen supaya konsumen merasa puas. Kotler (1998) menyatakan bahwa pelayanan yang berkualitas dan memuaskan perlu dilakukan terus menerus meskipun tingkat pengaduan yang diterima rendah, karena pada umumnya sekitar 96% konsumen yang merasa tidak puas lebih memilih untuk tidak melakukan pengaduan bahkan sebagian besar diantaranya cukup dengan menghentikan pembelian terhadap produk jasa tersebut. Dengan demikian lebih baik pelaku bisnis kuliner menjaga kepuasan pelanggan supaya pelanggan loyal pada bisnis kuliner tersebut.

Rumah Makan Bu Eko merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang industri kuliner. Rumah Makan Bu Eko memiliki konsep Jawa dengan menu andalan khas Jawa Timur seperti Garang Asem dan Beras Kencur. Rumah Makan Bu Eko

terletak di Jalan Raya Wonoasri, Kecamatan Grogol Kediri Jawa Timur, letaknya sangat strategis karena berada pada jalur antara Kediri dan Nganjuk dimana jalur tersebut merupakan jalan lintas provinsi sehingga memberikan efek positif yaitu selalu ramai dikunjungi pelanggan. Pemilihan Rumah Makan Bu Eko sebagai tempat penelitian yaitu dikarenakan rumah makan ini sedang pada fase tumbuh karena baru berdiri pada tahun 2013 dan cukup dikenal oleh masyarakat Kediri. Bisnis Rumah Makan Bu Eko cukup diminati oleh masyarakat di awal kemunculannya. Adanya beberapa fasilitas di Rumah Makan Bu Eko seperti VIP/meeting room semakin membuat bisnis ini ramai dikunjungi. Suasana rumah makan juga dibuat nyaman supaya pelanggan merasa betah. Namun demikian belakangan ini mulai timbul keluhan dari pelanggan terkait dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan data dari manajemen Rumah Makan Bu Eko di Bulan Juni terdapat 6,48% keluhan lamanya waktu pelayanan, 0,50% keluhan salah hantar hidangan, 0,41% keluhan pelayan tidak ramah, 0,23% keluhan rasa tidak sesuai standar, 0,41% keluhan banyaknya serangga seperti lalat di rumah makan, 0,79% keluhan tidak ada ganti rugi, dan 0,12% keluhan ketidaktepatan jam buka. Atau dalam rata-rata di bulan Juni terjadi 10 keluhan dalam sehari. Bahkan persentase keluhan tersebut meningkat pada bulan Juli yaitu seperti keluhan lamanya proses pelayanan yang meningkat menjadi 6,56%, keluhan salah antar hidangan meningkat menjadi 0,56%, dan keluhan lainnya yang persentasenya juga meningkat atau dalam rata-rata di bulan Juli terjadi 15 keluhan dalam sehari. Apalagi perlu diingat bahwa tidak semua pelanggan yang kecewa dengan proses pelayanan melakukan komplain ke pihak rumah makan. Adanya kenaikan persentase keluhan tersebut merupakan permasalahan yang fatal karena dengan kenaikan persentase keluhan tersebut nilai kepuasan pelanggan akan berkurang. Meskipun perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menghasilkan nilai sebesar 78,24% yang berarti secara umum pelanggan puas dengan kualitas pelayanan di Rumah Makan Bu Eko, namun nilai CSI yang masih di bawah 100% tersebut menunjukkan bahwa pelanggan belum sepenuhnya puas. Hal ini juga didukung oleh hasil perhitungan metode *Service Quality* yang menunjukkan bahwa mayoritas atribut pelayanan bernilai negatif yaitu berada pada range -0,01 sampai -0,57. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara umum harapan dari pelanggan belum dapat dipenuhi oleh kinerja dari pelayanan di Rumah Makan Bu Eko. Oleh karena itu perlu dilakukan proses analisis dan tindakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu proses pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen Rumah Makan Bu Eko kepada pelanggan masih sama seperti proses pelayanan yang diberikan oleh rumah makan lain pada umumnya. Proses pelayanan dimulai ketika pelanggan datang kemudian diberikan buku menu. Selanjutnya pelanggan melakukan proses pemesanan. Kemudian pelanggan menunggu hidangan untuk disajikan. Ketika menunggu penyajian hidangan, pelanggan dapat menikmati fasilitas-fasilitas seperti tv, wifi, dan taman. Fasilitas-fasilitas ini tentunya sudah banyak terdapat pada rumah makan lain yang menjadi pesaing Rumah Makan Bu Eko. Sehingga proses pelayanan yang dilakukan belum memberikan sesuatu yang berbeda dari pesaing. Oleh karena itu diperlukan rancangan tindakan perbaikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan pada sesuatu yang unik. Menurut Al Ries dan Jack Trout (1982) keunikan pada suatu usaha jasa perlu dilakukan karena akan mempengaruhi *positioning* suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan hakikat dari *positioning* sendiri memang berorientasi pada diferensiasi. Keunikan dalam proses pelayanan akan menjadi atribut determinan yang membedakan antara Rumah Makan Bu Eko dengan pesaingnya dan akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk memilih Rumah Makan Bu Eko.

Dalam penelitian ini tidak hanya menganalisis dan mengevaluasi kualitas pelayanan yang ada pada Rumah Makan Bu Eko, tetapi juga membahas rancangan tindakan perbaikan yang akan dilakukan selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan sesuatu yang unik. Dalam penelitian ini digunakan beberapa metode untuk mendukung hasil yang didapat yaitu dengan *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Service Quality* (Servqual) dan metode *Quality Function Development* (QFD).

Tindakan secara terencana sangat diperlukan untuk menyelesaikan beberapa masalah di Rumah Makan Bu Eko. Tindakan tersebut diperlukan supaya dapat mempertahankan pelanggan lama serta dapat menarik pelanggan baru. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka untuk itu penelitian ini mengambil judul **“Peningkatan Keunggulan Bisnis Restaurant Berbasis Pengembangan Keunikan Pelayanan”** yang nantinya dapat digunakan sebagai masukan terhadap peningkatan kualitas pelayanan di Rumah Makan Bu Eko supaya kepuasan dari pelanggan meningkat. Selain itu rancangan tindakan perbaikan usulan dari penelitian ini juga dapat diterapkan di Cabang Rumah Makan Bu Eko Pare.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diambil suatu rumusan masalah yang dihadapi pada penelitian ini yaitu bagaimana rancangan kualitas layanan berbasis keunikan yang dapat memenuhi harapan pelanggan sebagai keunggulan di Rumah Makan Bu Eko?

## 1.3 Batasan Masalah

Batasan – batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Quota Sampling*.
2. Objek pada penelitian ini adalah pelanggan dari Rumah Makan Bu Eko.
3. Alat statistik yang digunakan adalah SPSS 17.
4. Analisis kualitas pelayanan didasarkan atas dimensi pada metode *Service Quality* yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.
5. Metode yang digunakan yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Service Quality (Servqual)*, dan *Quality Function Development (QFD)*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu :

1. Mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko.
2. Menentukan rancangan atribut kualitas layanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan dan unik.
3. Menguji validasi rancangan atribut kualitas layanan yang diusulkan.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan kepada perusahaan yang dapat bermanfaat bagi perkembangan perusahaan tersebut. Selain itu juga sebagai alat bantu khususnya dalam peningkatan kualitas pelayanan yang optimal terhadap kepuasan pelanggan yang nantinya dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan.

2. Bagi akademis

Hasil dari penelitian diharapkan sebagai referensi untuk penelitian – penelitian berikutnya dalam topik yang sama.

3. Bagi peneliti

Peneliti dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku kuliah pada dunia nyata.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Berikut adalah sistematika penulisan pada penelitian ini :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Bab ini memuat latar belakang, rumusan permasalahan, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

### **BAB II           LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik Tugas Akhir yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah ditentukan.

### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini memuat obyek penelitian, data yang digunakan dan tahapan yang telah dilakukan dalam penelitian secara ringkas dan

jelas. Metode ini dapat meliputi metode pengumpulan data, alat bantu analisis data, pembangunan model, desain dan *prototyping*.

#### **BAB IV                    PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini menguraikan proses pengolahan data dengan prosedur tertentu, termasuk gambar dan grafik yang diperoleh dari hasil penelitian. Apabila topik Tugas Akhir adalah pembangunan sistem, maka langkah detail pembangunan sistem diuraikan secara jelas dalam bab ini.

#### **BAB V                    PEMBAHASAN**

Pembahasan bukanlah kesimpulan dan penegasan hasil bab sebelumnya, namun berisi pembahasan kritis mengenai hasil bab sebelumnya dan belum dipaparkan di bab sebelumnya.

#### **BAB VI                    KESIMPULAN DAN SARAN**

- Kesimpulan

Berisi pernyataan singkat yang ditulis dengan menggunakan urutan angka (1,2,3 dan seterusnya) untuk menjabarkan hasil penelitian yang dilakukan. Kesimpulan harus menjawab rumusan permasalahan dan membuktikan hipotesis yang ada.

- Saran

Berisi beberapa rekomendasi pengembangan penelitian lanjutan dengan menggunakan cara, alat ataupun metode lain dengan tujuan untuk memperluas pengembangan ilmu Teknik Industri. Selain itu, bagian ini juga berisikan saran yang diperlukan jika penelitian lanjutan akan dikembangkan berdasarkan keterbatasan/hambatan yang ditemukan selama penelitian dilakukan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Deduktif

Kajian deduktif merupakan acuan ilmiah yang digunakan dalam menyusun kerangka berpikir dan penyelesaian masalah di dalam penelitian ini.

##### 2.1.1 Jasa

Menurut Kotler (1996), jasa merupakan setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Sumayang (2003) menyatakan bahwa jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sehingga jasa merupakan akibat yang dapat dirasakan setelah tindakan dilakukan. Sumayang juga menyatakan bahwa jasa terdiri dari aktivitas kerja sama yang berupa hubungan sosial antara produsen dan konsumen.

##### 2.1.1.1 Karakteristik Jasa

Menurut Wijaya (2011), jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu sebagai berikut :

1. Tidak berwujud (*Intangible*)

Jasa bersifat tidak berwujud, Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari tanda atau bukti mutu jasa. Konsumen akan menarik kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat.

2. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Jasa tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan, didistribusikan melewati berbagai penjual, dan kemudian baru dikonsumsi.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat bervariasi, tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan.

4. Mudah lenyap (*Perishability*)

Jasa tidak bisa disimpan. Sifat jasa itu mudah lenyap. Tidak menjadi masalah bila permintaan tetap. Namun, jika permintaan berfluktuasi maka perusahaan jasa mengalami masalah yang rumit.

### 2.1.1.2 Klasifikasi Jasa

Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan beragam kriteria. Menurut Lovelock (2005), jasa dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan sifat tindakan jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa (*tangible actions* dan *intangible actions*), sedangkan sumbu horizontalnya merupakan penerima jasa (manusia dan benda).

2. Berdasarkan hubungan dengan pelanggan

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer). Sedangkan, sumbu horizontalnya sifat penyampaian jasa (secara kontinu dan penyampaian diskrit).

3. Berdasarkan tingkat *customization* dan kemampuan mempertahankan standar konstan dalam penyampaian jasa

Jasa diklasifikasi berdasarkan dua sumbu utama yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan

rendah) dan tingkat kemampuan penyediaan jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

4. Berdasarkan sifat permintaan dan penawaran jasa

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak dan sumbu horizontalnya adalah tingkat fluktuasi permintaan sepanjang waktu (tinggi dan rendah).

5. Berdasarkan metode penyampaian jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara konsumen dan perusahaan jasa (konsumen mendatangi perusahaan jasa, perusahaan jasa mendatangi konsumen dan perusahaan melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik). Sedangkan sumbu horizontalnya merupakan ketersediaan *outlet* jasa (*single site* atau *multiple sites*).

### 2.1.2 Keunikan Pelayanan

Makna istilah *unique* dapat dijumpai dalam kosakata bahasa Inggris. Kamus bergengsi *Oxford Advanced Learner's Dictionary* (2010), misalnya mendaftar tiga definisi berbeda untuk istilah *unique*. Beberapa diantaranya yaitu unik adalah menjadi satu-satunya dari jenisnya (contohnya setiap orang memiliki sidik jari yang unik); sesuatu yang spesial dan tidak biasa (contohnya bakat yang unik, penawaran unik yaitu kesempatan menonton konser tanpa keramaian). Jadi keunikan adalah suatu atribut yang menjadikan satu hal menjadi berbeda dengan hal lainnya.

Pada proses pelayanan suatu usaha jasa, keunikan perlu dilakukan. Keunikan ini akan mempengaruhi *positioning* suatu perusahaan. Menurut Al Ries dan Jack Trout (1982) *positioning* pada hakikatnya berorientasi pada diferensiasi. Mereka merumuskannya sebagai upaya kreatif untuk menciptakan sesuatu yang unik sehingga sebuah merek dapat unggul dalam benak pelanggan dan merek tersebut dapat menonjol di antara kerumunan merek-merek serupa yang membanjiri pasar. Keunikan dalam proses pelayanan akan menjadi atribut determinan yang membedakan antar usaha jasa dan menentukan pilihan pelanggan terhadap usaha jasa tersebut. Menurut Tjiptono

(2008) terdapat dua dimensi pokok pada atribut determinan yang menjadi penentu pilihan pelanggan pada suatu produk atau jasa. Dua dimensi pokok tersebut yaitu tingkat kepentingan dan keunikan atribut. Sebuah atribut akan dianggap penting jika atribut tersebut memberikan manfaat yang diinginkan konsumen. Akan tetapi, apabila semua alternatif merek yang bersaing memiliki kesamaan, maka atribut itu tidak lagi menjadi penentu konsumen dalam memilih merk.

### 2.1.3 Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lovelock (2005), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al., 1985). Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

#### 2.1.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al (1985) dalam mengevaluasi kualitas pelayanan pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi sebagai berikut :

1. *Tangibles* / Bukti langsung

*Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. *Tangibles* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam

mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan bahkan merusak image perusahaan.

2. *Reliability* / Keandalan

Reliability yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3. *Responsiveness* / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4. *Assurance* / Jaminan

Assurance atau jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain

### 5. *Emphaty* / Empati

*Emphaty* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

### 2.1.3.2 Penilaian Kualitas Pelayanan

Gronroos (1990) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut :

#### 1. *Professionalism and skill*

Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik, memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional.

#### 2. *Attitude and behavioral*

Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa perusahaan menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu dalam memecahkan masalah mereka secara spontan dan seramah.

#### 3. *Accessibility and flecsibility*

Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam kerja, sistem operasionalnya dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.

#### 4. *Reliability and trustworhtiness*

Pelanggan menyadari bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam

memenuhi janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.

5. *Recovery*

Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak dapat diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.

6. *Reputation and credibility*

Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

### 2.1.3.3 Faktor Penyebab Buruknya Kualitas Jasa

Menurut Tjiptono (1996) ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kualitas suatu jasa menjadi buruk. Faktor-faktor tersebut meliputi :

1. Produk dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Salah satu karakteristik jasa yang paling penting adalah *inseparability* artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan sehingga dalam memberikan jasa dibutuhkan kehadiran partisipasi pelanggan/konsumen. Akibatnya timbul masalah-masalah sehubungan dengan adanya interaksi antara produsen dan konsumen jasa. Beberapa kekurangan yang mungkin ada pada karyawan pemberi jasa dan dapat berpengaruh terhadap persepsi pelanggan pada kualitas jasa misalnya tidak terampil dalam melayani pelanggan, cara berpakaian tidak sesuai, tutur kata kurang sopan, cemberut, dan lain-lain.

2. Intensitas tenaga kerja yang tinggi

Keterlibatan tenaga kerja yang intensif dalam penyampaian jasa dapat menimbulkan masalah dalam kualitas, yaitu tingkat variabilitas yang tinggi. Hal-hal yang bisa mempengaruhinya adalah upah rendah (umumnya karyawan yang melayani pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah paling rendah dalam suatu perusahaan), pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai, tingkat *turnover* karyawan yang tinggi, dan lain-lain.

3. Dukungan terhadap pelanggan internal yang kurang memadai

Karyawan yang berada di garis depan merupakan ujung tombak dari sistem pemberian jasa. Supaya mereka dapat memberikan jasa yang efektif maka

mereka perlu mendapatkan pemberdayaan dan dukungan dari fungsi-fungsi utama manajemen. Dukungan tersebut bisa berupa peralatan, pelatihan ketrampilan, maupun informasi.

4. Kesenjangan-kesenjangan komunikasi

Komunikasi merupakan faktor yang esensial dalam kontrak dengan pelanggan. Bila terjadi gap/kesenjangan dalam komunikasi, maka akan timbul penilaian dan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan. Kesenjangan komunikasi dalam pelayanan meliputi: memberikan janji yang berlebihan sehingga tidak dapat memenuhinya, tidak selalu menyajikan informasi terbaru kepada pelanggan, pesan komunikasi tidak dipahami pelanggan, dan perusahaan tidak memperhatikan atau segera menanggapi keluhan/saran pelanggan.

5. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama.

Pelanggan adalah manusia yang bersifat unik karena mereka memiliki perasaan dan emosi. Dalam hal melakukan interaksi dengan pemberi jasa tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan jasa yang seragam. Sering terjadi ada pelanggan menuntut jasa yang bersifat personal dan berbeda dengan pelanggan yang lainnya. Hal ini menimbulkan tantangan bagi perusahaan agar dapat memahami kebutuhan pelanggan secara khusus dan memahami perasaan pelanggan sehubungan dengan pelayanan perusahaan kepada mereka.

6. Perluasan dan pengembangan jasa secara berlebihan

Memperkenalkan jasa baru atau memperkaya jasa yang telah ada agar dapat menghindar adanya pelayanan yang buruk dan meningkatkan peluang pemasaran, kadang-kadang menimbulkan masalah disekitar kualitas jasa dan hasil yang diperoleh tidak optimal.

7. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek bisa merusak kualitas jasa yang sedang dibentuk untuk jangka panjang. Sebagai contoh, kebijakan suatu bank untuk menekan biaya dengan cara mengurangi jumlah teller menyebabkan semakin panjangnya antrian di bank tersebut.



### 2.1.3.4 Faktor Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya tersebut berdampak luas terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Faktor-faktor tersebut menurut Tjiptono (1996) meliputi :

#### 1. Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Pelayanan

Langkah pertama yang dilakukan dalam mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan adalah melakukan riset. Langkah berikutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan tersebut. Dengan hal ini dapat diketahui posisi relatif perusahaan dimata pelanggan dibandingkan para pesaing, sehingga perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan tersebut.

#### 2. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha menarik perhatian pelanggan dengan melebih-lebihkan pesan komunikasinya. Namun hal ini dapat menjadi ‘bumerang’ bagi perusahaan ketika perusahaan tidak dapat memenuhi janji dalam pesan tersebut. Satu hal yang dapat dijadikan pedoman dalam hal ini , yaitu “jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan, tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan”.

#### 3. Mengelola Bukti (*Evidence*) Kualitas Pelayanan

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Dari sudut pandang perusahaan jasa, bukti kualitas meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator “seperti apa jasa yang diberikan” (*pre-service expectation*) dan “seperti apa jasa yang telah diterima” (*post-service evaluation*). Bukti-bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik, penampilan pemberi jasa, perlengkapan dan peralatan untuk memberikan jasa, laporan keuangan, logo perusahaan, dan sebagainya.

#### 4. Mendidik Konsumen Tentang Jasa

Membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan kualitas pelayanan. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik. Oleh karenanya kepuasan mereka dapat tercipta lebih tinggi.

#### 5. Mengembangkan Budaya Kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentukan dan penyempurnaan kualitas secara terus menerus. Upaya pengembangan budaya kualitas dapat dilakukan melalui pengembangan suatu program yang terkoordinasi yang diawali dari seleksi dan pengembangan karyawan. Karyawan merupakan aset utama perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan memuaskan pelanggan.

### 2.1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Engel et al. (1990), kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler (1996, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang". Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk atau pelayanan, maka pelanggan menjadi

lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk atau pelayanan tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

#### **2.1.4.1 Harapan Pelanggan**

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pengertian harapan dalam konteks kepuasan pelanggan menurut Zeithmal, *et al.* (1993) yaitu perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi. Harapan pelanggan menurut Rust, *et al.* (1996) dalam Tjiptono (2005) ada tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatuasnya diterima konsumen. Ketiga, *ideal expectation* yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

#### **2.1.4.2 Persepsi Pelanggan**

Menurut Kotler (2008), persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengatur, dan menginterpretasi masukan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti. Menurut Kotler (1996) kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa citra kualitas produk yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang dari penyedia jasa melainkan sudut pandang pelanggan. Pelanggan yang mengonsumsi dan menikmati jasa, sehingga pelanggan yang melakukan penilaian terhadap kualitas suatu jasa. Menurut Rangkuti (2006) persepsi pelanggan terhadap jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :

1. Harga

Harga yang rendah pada suatu usaha jasa dapat menimbulkan persepsi bahwa jasa yang ditawarkan tidak berkualitas. Sedangkan harga yang tinggi dapat menimbulkan persepsi bahwa penjual tidak percaya kepada pembeli.

2. Citra

Citra yang buruk menimbulkan persepsi bahwa produk yang ditawarkan tidak berkualitas, sehingga pelanggan akan mudah marah terhadap kesalahan kecil sekalipun. Citra yang baik menimbulkan persepsi bahwa produk yang ditawarkan berkualitas, sehingga pelanggan akan lebih mudah memaafkan untuk beberapa kesalahan.

3. Tahap pelayanan

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai jenis pelayanan yang didapatkan ketika pelanggan menggunakan beberapa tahapan pelayanan tersebut. Ketidakpuasan yang terjadi pada awal proses pelayanan suatu usaha jasa akan membentuk persepsi yang buruk untuk tahap pelayanan berikutnya.

4. Momen pelayanan

Kinerja pelayanan ditentukan oleh :

- a. Pelayanan
- b. Proses pelayanan
- c. Lingkungan fisik dimana pelayanan itu diberikan

#### 2.1.4.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler et al. (1996) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu usaha jasa yang berfokus pada pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaannya dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan yang baik dan usaha jasa tersebut dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Suatu usaha jasa tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Usaha jasa yang responsif mengukur kepuasan pelanggan

dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja usaha jasa. Selain itu ditanyakan tentang kinerja usaha jasa tersebut dibandingkan dengan pesaingnya.

### 3. *Ghost Shopping* (Pelanggan Bayangan)

Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari usaha jasa milik sendiri maupun usaha jasa pesaing. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah usaha jasa tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

### 4. Analisa Kehilangan Pelanggan.

Suatu usaha jasa dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan sebagainya), sehingga dapat dikendalikan. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, dimana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

## 2.1.5 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

### 2.1.5.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2010) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan yang berisi hal-hal yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah tentang penilaian kepuasan pelanggan dan kinerja pelayanan pada suatu usaha jasa. Analisa dan pengolahan data didasarkan pada hasil kuesioner tersebut.

Sekaran (1992) dalam Sugiyono (2010) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yaitu: prinsip penulisan, pengukuran dan penampilan fisik.

## 1. Prinsip Penulisan Kuesioner

Prinsip ini menyangkut beberapa faktor yaitu: isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan, tipe dan bentuk pertanyaan, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan yang sudah lupa, pertanyaan tidak menggiring, panjang pertanyaan dan urutan pertanyaan. Berikut adalah penjelasan prinsip penulisan kuesioner :

### a. Isi dan tujuan pertanyaan

Yang dimaksud di sini adalah, apakah isi pertanyaan tersebut merupakan bentuk pengukuran atau bukan? Kalau berbentuk pengukuran, maka dalam membuat pertanyaan harus teliti, setiap pertanyaan harus skala pengukuran dan jumlah itemnya mencukupi untuk mengukur variabel yang diteliti.

### b. Bahasa yang digunakan

Bahasa yang digunakan dalam penulisan kuesioner harus disesuaikan dengan kemampuan berbahasa responden. Selain itu bahasa yang digunakan haruslah sederhana dan mudah dimengerti.

### c. Tipe dan bentuk pertanyaan

Tipe pertanyaan dalam kuesioner dapat terbuka atau tertutup dan bentuknya dapat menggunakan kalimat positif atau negatif. Berdasarkan jenis pertanyaannya, kuesioner dibedakan menjadi empat macam, yaitu :

#### 1) Pertanyaan tertutup

Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang telah disertai pilihan jawabannya. Responden tinggal memilih salah satu jawaban yang tersedia, dan tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain. Pertanyaan tertutup dapat berupa pertanyaan pilihan berganda atau berupa skala.

#### 2) Pertanyaan terbuka

Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang membutuhkan jawaban bebas dari responden. Responden tidak diberi pilihan jawaban, tetapi responden menjawab pertanyaan sesuai dengan pendapatnya.

#### 3) Pertanyaan kombinasi tertutup dan terbuka

Pertanyaan kombinasi tertutup dan terbuka adalah pertanyaan yang telah disediakan jawabannya tetapi kemudian diberi

pertanyaan terbuka, dimana pada pertanyaan tersebut responden bebas memberikan jawaban.

4) Pertanyaan semi terbuka

Pertanyaan semi terbuka adalah pertanyaan yang disediakan pilihan jawabannya tetapi kemudian masih ada kemungkinan bagi responden untuk memberikan tambahan jawaban.

d. Pertanyaan tidak mendua

Setiap pertanyaan dalam kuesioner jangan mendua sehingga menyulitkan responden untuk memberikan jawaban. Contoh: bagaimana pendapat anda tentang kualitas dan harga barang tersebut? Ini adalah pertanyaan yang mendua, karena menanyakan tentang dua hal sekaligus, yaitu kualitas dan harga. Sebaiknya pertanyaan tersebut dijadikan dua, yaitu : Bagaimanakah kualitas barang tersebut? Bagaimanakah harga barang tersebut?

e. Tidak menanyakan yang sudah lupa

Setiap pertanyaan dalam kuesioner, sebaiknya juga tidak menanyakan hal-hal yang sekiranya responden sudah lupa, atau pertanyaan yang memerlukan jawaban dengan berfikir berat kecuali penelitian yang mengharapkan pendapat para ahli.

f. Pertanyaan tidak menggiring

Pertanyaan dalam kuesioner sebaiknya juga tidak menggiring ke jawaban yang baik saja atau ke yang jelek saja. Misalnya: bagaimanakah kalau bonus atas jasa pemasaran ditingkatkan? Jawaban responden tentu cenderung akan setuju.

g. Panjang pertanyaan

Pertanyaan dalam kuesioner sebaiknya tidak terlalu panjang, sehingga akan membuat jenuh responden dalam mengisi. Bila jumlah variabel banyak, sehingga memerlukan instrumen yang banyak, maka instrumen tersebut dibuat bervariasi dalam penampilan, model skala pengukuran yang digunakan, dan cara mengisinya.

h. Urutan pertanyaan

Urutan pertanyaan dalam kuesioner, dimulai dari yang umum menuju ke hal yang spesifik, atau dari yang mudah menuju ke hal yang sulit, atau diacak. Hal ini dipertimbangkan karena secara psikologis akan mempengaruhi semangat responden untuk menjawab. Kalau pada awalnya sudah diberi pertanyaan yang sulit, atau yang spesifik, maka responden akan patah semangat untuk mengisi kuesioner yang telah mereka terima.

## 2. Prinsip Pengukuran

Kuesioner yang diberikan kepada responden merupakan instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu instrumen kuesioner tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel tentang variabel yang diukur. Supaya diperoleh data penelitian yang valid dan reliabel, maka sebelum kuesioner tersebut diberikan kepada responden, perlu diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Instrumen yang tidak valid dan reliabel bila digunakan untuk mengumpulkan data, akan menghasilkan data yang tidak valid dan reliabel pula.

## 3. Penampilan Fisik Kuesioner

Penampilan fisik kuesioner sebagai alat pengumpul data akan mempengaruhi respon atau keseriusan responden dalam mengisi kuesioner. Angket yang dibuat di kertas buram, akan mendapat respon yang kurang menarik bagi responden, bila dibandingkan dengan kuesioner yang dibuat di kertas putih atau berwarna.

### 2.1.5.2 Metode Sampling

Menurut Sudjana (1992) menyatakan bahwa populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota yang lengkap dan jelas. Data keseluruhan dari populasi tersebut dapat diambil secara sensus. Namun demikian jika terdapat keterbatasan kemampuan untuk mengambil data keseluruhan dari populasi maka dapat diusahakan dengan mengambil data dari sebagian populasi dengan metode sampling.

Arikunto (1996) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian populasi



yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Keuntungan dari teknik sampling antara lain mengurangi biaya, mempercepat waktu penelitian dan dapat memperbesar ruang lingkup penelitian (Singarimbun, M., 1995). Akan tetapi, pemilihan sampel selalu mengakibatkan adanya perbedaan antara nilai yang sebenarnya (dalam populasi) dari variabel yang diteliti dengan nilai hasil observasi (dalam sampling), yang disebut eror sampling. Supaya sampel tersebut dapat mewakili seluruh populasi dan memperoleh kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan maka harus dilakukan cara-cara yang tepat dalam setiap langkah pengambilan sampel.

## 2.1.6 Teknik Pengujian Instrumen

Sebelum alat ukur digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini, maka haruslah diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas dan reliabilitas alat ukur merupakan dua hal yang penting dalam sebuah penelitian, karena keduanya merupakan karakter utama yang menunjukkan apakah suatu alat ukur baik atau tidak.

### 2.1.6.1 Validitas

Menurut Azwar (2006) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas instrumen dilakukan untuk mengetahui instrumen penelitian mampu mencerminkan isi sesuai hal dan sifat yang diukur, artinya setiap butir instrumen telah benar-benar menggambarkan keseluruhan isi atau konsep yang menjadi dasar penyusunan instrumen.

Uji validitas adalah uji tentang kemampuan suatu angket, sehingga benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur (Sigit, 2003). Sebuah instrumen valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas untuk kuesioner dalam sebuah penelitian dapat dilakukan dengan rumus *pearson product moment correlation* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(2-1)$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi suatu butir/item

$N$  = Jumlah subyek

$X$  = Skor suatu butir/item

$Y$  = Skor total

### 2.1.6.2 Reliabilitas

Menurut Supranto (2006) reliabilitas/keandalan didefinisikan sebagai seberapa jauh suatu pengukuran bebas dari beberapa kesalahan. Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran, pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Menurut Azwar (2006) menyatakan bahwa hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum terdapat perubahan.

Reliabilitas, atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Dengan kata lain reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Suatu atribut dikatakan reliabel jika  $r_{\text{cronbach's alpha}} > r_{\text{tabel}}$ .

### 2.1.7 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan indeks penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan atribut-atribut pelayanan yang telah diberikan oleh suatu usaha jasa. Menurut Husna dan Syukri (2014) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut pelayanan. Atribut-atribut pelayanan tersebut dapat berbeda antara satu industri dengan

industri lainnya dimana pemilihan atribut tersebut berdasarkan kebutuhan pelanggan Indeks Kepuasan Konsumen atau *Customer Satisfaction Index* (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan.

### 2.1.8 *Service Quality* (SERVQUAL)

Metode *Service Quality* yang merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas yang mereka rasakan dan mereka harapkan (Tjiptono,2005). Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml (1990) menggunakan pendekatan *user-based approach*, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisioner dan mengandung dimensi – dimensi kualitas jasa yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

Metode ini secara garis besar terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian ekspektasi, yang memuat pertanyaan – pertanyaan untuk mengetahui dengan pasti ekspektasi atau harapan umum dari konsumen terhadap sebuah jasa.
2. Bagian persepsi, yang memuat pertanyaan – pertanyaan untuk mengukur persepsi konsumen tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan kategori tertentu.

Model SERVQUAL dibangun berdasarkan asumsi bahwa pelanggan membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal untuk masing-masing atribut tersebut. Bila kinerja atribut melampaui standar, maka persepsi pelanggan atas suatu kualitas jasa keseluruhan akan meningkat dan sebaliknya. Penilaian kualitas jasa menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbandingan diantara nilai para pelanggan untuk setiap pasang pertanyaan berkaitan dengan harapan dan persepsi. Skor Servqual untuk setiap pasang pertanyaan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung dengan rumus berikut (Zethmal, et al 1990 dalam Tjiptono 2005):

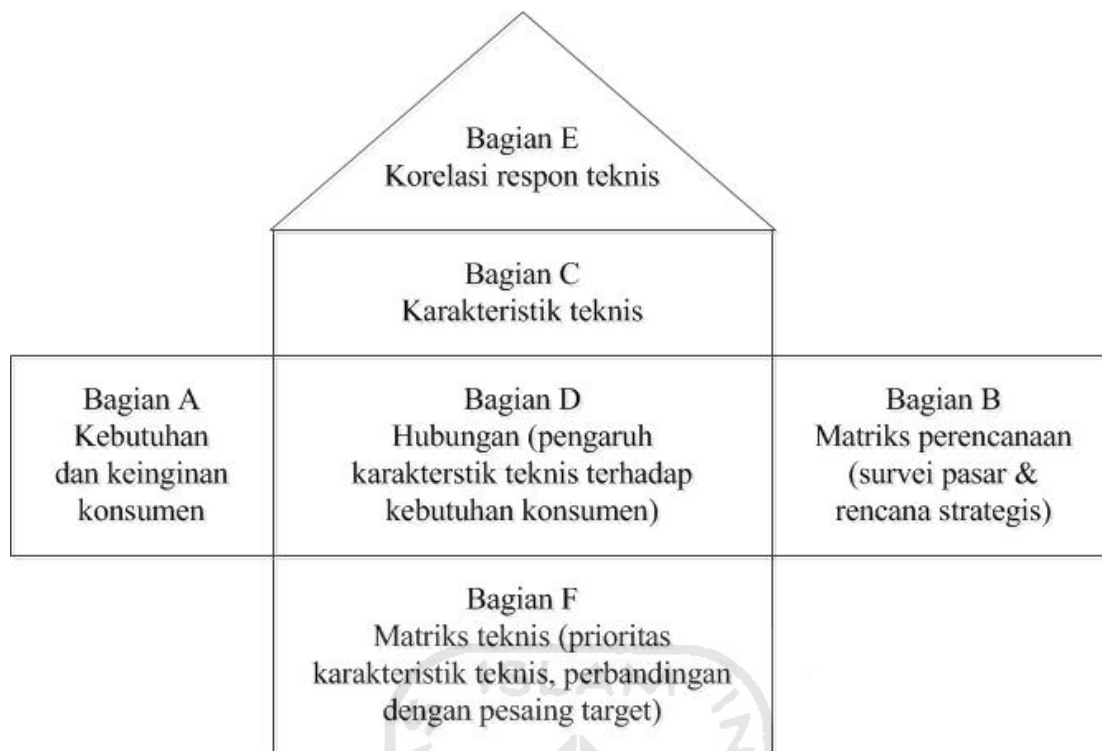
$$\text{Servqual score} = \text{Percepstion score} - \text{Expectation score}.....(2-2)$$

### 2.1.9 Metode *Quality Function Development* (QFD)

*Quality Function Deployment* (QFD) merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan pelanggan kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat (Wijaya 2011). Pada prinsipnya, QFD membantu mendengarkan suara atau keinginan pelanggan dan berguna untuk tim pengembang dalam perusahaan untuk menentukan cara terbaik memenuhi keinginan pelanggan. QFD merupakan konsep yang pertama dikembangkan di perusahaan Mitsubishi Kobe Shipyard di Jepang. Teknik ini timbul dari teknik manajemen mutu terpadu. Fungsi utama QFD adalah melibatkan pelanggan ke proses pengembangan produk atau jasa sedini mungkin. Filosofi yang melandasinya adalah bahwa pelanggan tidak akan puas dengan produk atau jasa tertentu meskipun produk atau jasa itu telah dihasilkan dengan sempurna. QFD memungkinkan organisasi memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki hingga tercapai hasil yang maksimum. QFD juga merupakan strategi menuju perbaikan proses yang dapat memungkinkan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan.

#### **2.1.9.1 House of Quality (HOQ)**

*House of Quality* (HOQ) atau biasa disebut juga rumah kualitas merupakan *voice of customer* yang perlu didengar perusahaan karena *voice of customer* merupakan cara sistematis untuk masuk dalam desain, proses sampai pelayanan. HOQ akan mengkonversi *voice of customer* secara langsung terhadap spesifikasi teknis dari jasa atau produk yang dihasilkan. Dalam rangka memenuhi harapan pelanggan, perusahaan akan berusaha secara maksimum untuk mencapai spesifikasi teknis dengan terlebih dahulu melakukan *benchmarking*. *Benchmarking* dilakukan untuk mengetahui posisi perusahaan dibandingkan kompetitornya. Berikut adalah bentuk dan keterangan setiap bagian matriks *House of Quality* :



Sumber : Wijaya (2011)

Gambar 2.1 Model *House of Quality*

1. Bagian A terdiri dari sejumlah kebutuhan dan keinginan pelanggan yang diperoleh dari penelitian pasar.
2. Bagian B terdiri dari tiga jenis informasi :
  - a. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen.
  - b. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa.
  - c. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa sejenis dari perusahaan pesaing
3. Bagian C berisi persyaratan-persyaratan teknis untuk produk atau jasa baru yang akan dikembangkan. Data ini diturunkan berdasarkan informasi yang diperoleh mengenai kebutuhan dan keinginan pelanggan (matriks A).
4. Bagian D terdiri dari penelitian manajemen mengenai kekuatan hubungan antara elemen-elemen yang terdapat pada bagian persyaratan teknis (matriks C) dan kebutuhan konsumen (matriks A) yang dipengaruhinya. Kekuatan hubungan ditentukan dengan simbol tertentu.

5. Bagian E menunjukkan korelasi antara persyaratan teknis yang satu dan persyaratan-persyaratan lain yang terdapat di matriks C. Korelasi antara kedua persyaratan teknis tersebut ditunjukkan menggunakan simbol-simbol tertentu.
6. Bagian F terdiri dari tiga jenis informasi :
  - a. Urutan tingkat kepentingan (ranking) persyaratan teknis.
  - b. Informasi untuk membandingkan kinerja teknis produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan dan oleh kinerja produk atau jasa pesaing.
  - c. Target kinerja persyaratan teknis produk atau jasa yang baru dikembangkan.

### 2.1.9.2 Manfaat *Quality Function Development* (QFD)

Menurut Ariani (1999) dalam Wijaya (2011), QFD memiliki beberapa manfaat, yaitu :

1. *Customer-focused*

Input dan umpan balik diperoleh dari pelanggan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan. Hal ini penting, karena kinerja suatu perusahaan tidak akan terlepas dari pelanggan.

2. *Time-efficient*

QFD akan mengurangu waktu pengembangan produk. Dengan menerapkan QFD maka program pengembangan peoduk akan memfokuskan pada kebutuhan dan harapan pelanggan.

3. *Time-oriented*

QFD menggunakan pendekatan yang berorientasi pada kelompok. Semua keputusan didasarkan pada keterlibatan semua orang dalam diskusi dan pengambilan keputusan dengan teknik *brainstorming*.

4. *Documentation-oriented*

QFD menggunakan data dan dokumentasi yang berisi semua proses dan seluruh kebutuhan dan harapan pelanggan. Data dan dokumentasi ini digunakan sebagai informasi mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan yang selalu diperbaiki dari waktu ke waktu.

### 2.1.9.3 Tahapan *House of Quality* (HOQ)

Dalam pembuatan HOQ dibutuhkan urutan pengerjaannya. Adapun urutan pembuatan HOQ sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi konsumen  
Perusahaan harus dapat mengenali pelanggan karena mereka merupakan alat dalam pengembangan suatu produk/jasa.
2. Menentukan *customer needs*-nya (WHATs)  
*Customer needs* sering juga disebut dengan voice of customers (VOC). Item ini mengandung hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen dan masih bersifat umum, sehingga sulit untuk langsung diimplementasikan. *Customer needs* dapat dilakukan melalui penelitian terhadap keinginan konsumen.
3. Menentukan *importance rating*  
Merupakan tingkat kepentingan dari VOC dan diperoleh dari hasil perhitungan kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan.
4. Analisis *customer competitive evaluation*  
Analisis ini dibuat berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh dari konsumen tentang kinerja perusahaan yang dibandingkan dengan kinerja pesaing sejenis dan segmen pasar yang sama.
5. Menentukan *technical requirement* (HOWs)  
*Technical requirement* merupakan penerjemah kebutuhan konsumen dalam bentuk teknis agar sebuah produk dapat dibentuk secara langsung. Pada bagian ini terdapat target spesifikasi yang akan ditetapkan berdasarkan kemampuan perusahaan yang telah ditetapkan melalui *customer needs*-nya.
6. Menentukan *relationship*  
*Relationship* ditentukan oleh tiga kunci utama seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 2.1 *Relationship House Of Quality*

No	Hubungan	Bobot	Simbo
1	Strong	9	●

No	Hubungan	Bobot	Simbo
			I
2	Medium	3	○
3	Weak	1	△

7. Menentukan target (*HOW MUCH*)

Pada bagian ini akan digambarkan bagian terukur *HOW's* yang bersifat nilai target yang akan dicapai. Nilai target direpresentasikan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada beberapa alasan mengapa nilai target perlu dikemukakan :

- Untuk menyediakan nilai yang objektif dari keyakinan persyaratan sudah dikemukakan.
- Untuk menyediakan tujuan dari pengembangan produk.

8. Membuat matriks korelasi

Matriks korelasi terletak diatas matriks *House of Quality* yang merupakan atap dan penentu dari struktur hubungan setiap item *HOW*. Matriks korelasi juga menjelaskan tipe dari beberapa hubungan, antara lain :

- POSITIVE* berarti bagaimana satu *HOW* akan mendukung *HOW* yang lainnya.
- NEGATIVE* berarti bagaimana sebuah *HOW* mempengaruhi *HOW* lainnya.

9. Membuat analisis tentang *competitive technical assessment*

Analisis ini dibuat dengan membandingkan produk yang sejenis dari perusahaan lain dan segmen pasar yang sejenis.

10. Menentukan bobot kolom

Bobot kolom diperoleh dari hubungan korelasi antara customer needs dan technical requirement yang ditentukan dari jenis hubungan yang berlangsung.

11. *Improvement Ratio*

*Improvement ratio* diperoleh dari hasil pembagian *goal* (tujuan) dengan kondisi dimana produk perusahaan sekarang berada.

$$\text{Improvement ratio} = \frac{\text{goal}}{\text{nilai objek pada competitive assesment}} \dots\dots\dots(2-5)$$



## 12. Menentukan bobot baris

Bobot baris diperoleh dari perkalian antara sales point, *importance rating* dan *improvement ratio*.

$$\text{Row weight} = \text{Importance Rating} \times \text{Sales point} \times \text{Improvement Ratio} \dots \dots \dots (2-6)$$

## 13. Menentukan aksi terhadap pengembangan produk/jasa

Aksi terhadap pengembangan produk/jasa baru ditentukan melalui strategi analisis dalam *House of Quality*. Strategi analisis tersebut terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu :

### a. Kategori A

Bila kinerja yang diberikan tertinggal jauh dari kinerja yang diberikan pesaing maka pihak perusahaan dapat mencontoh kinerja pesaing dan menerapkannya ke perusahaan.

### b. Kategori B

Perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pengembangan konsep karena dimata konsumen kinerja yang diberikan pesaing lebih baik. Kinerja yang diberikan pesaing dapat dijadikan referensi bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan pengembangan konsep.


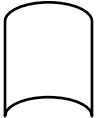


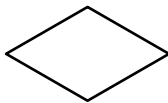
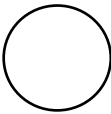
### c. Kategori C

Perusahaan harus mencari alternative konsep lain dikarenakan pihak perusahaan tidak mendapatkan referensi dari kinerja pesaing.

## 2.1.9.4 Matrik *Part Deployment*

*Part Deployment* merupakan kelanjutan dari matrik *House of Quality* (HOQ). Sehingga HOQ merupakan input dari matrik *Part Deployment* dalam menguji dan kualitas pelayanan secara menyeluruh. Sebelum dibuat *Part Deployment* terlebih dahulu dilakukan beberapa analisa dengan menggunakan *Fault Tree Analysis*.





*Fault Tree Analysis* adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi resiko yang berperan terhadap terjadinya suatu kegagalan. Metode ini dilakukan dengan pendekatan yang bersifat *top down*, yang diawali dengan asumsi kegagalan atau kerugian dari kejadian puncak (*Top Event*) kemudian merinci sebab-sebab suatu *Top Event* sampai pada suatu kegagalan dasar (*root cause*). *Fault Tree Analysis* mempunyai simbol standar seperti terlihat dalam penjabaran berikut :

-  *Top Event*, Kejadian yang dikehendaki pada “puncak” yang akan diteliti lebih lanjut ke arah kejadian dasar lainnya dengan menggunakan gerbang logika untuk menentukan penyebab kegagalan.
-  *Event logic OR*, menghubungkan kegagalan yang terdahulu dengan kegagalan yang berikutnya
-  *Event logic AND*, menghubungkan dua atau lebih kegagalan secara serempak
-  *Transferred Event*, simbol ini menunjukkan bahwa uraian lanjutan kejadian berada di halaman lain
-  *Undeveloped Event*, Kejadian dasar (*Basic Event*) yang tidak akan dikembangkan lebih lanjut karena tidak tersedianya informasi
-  *Basic Event*, kejadian yang tidak diharapkan yang dianggap sebagai penyebab dasar sehingga tidak perlu dilakukan analisa lebih lanjut.

### 2.1.9.5 Matrik Perencanaan Proses (*Process Planning*)

Merupakan matrik proses pembuatan pengembangan suatu produk atau jasa. Sebelum menentukan matrik proses, harus diperhatikan tahap-tahap proses yang akan dilalui.

Dalam *process planning* digunakan simbol-simbol dasar seperti :

- |  |   |
|--|---|
|  : <i>Operation</i> (operasi)   |  : <i>Inspection</i> (pemeriksaan) |
|  : <i>Storage</i> (penyimpanan) |  : <i>Transportasi</i>             |

### 2.1.9.6 Matrik Perencanaan Produksi (*Production Planning*)

Tahap ini adalah tahap terakhir untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil untuk perbaikan sistem pelayanan jasa. Dengan menyelesaikan tahap ini maka lengkap sudah

seluruh perancangan perbaikan sistem dengan menggunakan *Quality Function Development*.



## 2.2 Kajian Induktif

Kajian induktif ini menunjukkan penelitian-penelitian sebelumnya yang juga membahas mengenai peningkatan kualitas pelayanan yang didapat dari beberapa jurnal dan karya tulis yang juga penulis jadikan sebagai data penunjang dan referensi dari penelitian. Berikut adalah kajian induktif yang menjadi refrensi pada penelitian ini :

Tabel 2.2 Kajian Induktif

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian
1	Heru Eka Lodhita, Imam Santoso dan Sakunda Anggairu (2014)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ) dan CSI ( <i>Customer Satisfaction Index</i> ) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	Dalam penelitian ini penulis berusaha mengetahui kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan restoran, sehingga akan diketahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Toko Oen Malang dan memberikan rekomendasi perbaikan alternatif
2	Midya Putra Panuntun, Panji Deoranto, dan Imam Santoso	Analisis Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Potential Gain In</i>	Dalam penelitian ini penulis berusaha untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan apa saja atribut dalam dimensi kualitas pelayanan yang

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian
	(2014)	<i>Potential Gain In Customer Value</i> (Studi Kasus Pada Van Oosten Coffe House Malang)	<i>Customer Value</i> (PGCV)	harus diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
3	Monika Soedjono (2012)	Analisis dan Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Menggunakan Integrasi Metode Servqual, Model Kano, dan QFD di Warung Ipang Cabang Mayjend Sungkono Surabaya	<i>Service Quality</i> (Servqual), Model Kano, dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan usulan perbaikan yang tepat dan efektif sesuai dengan atribut yang menjadi kelemahan rumah makan maupun atribut inovasi bagi rumah makan dengan mempertimbangan kepuasan konsumen rumah makan
4	Wuri Araningrum (2013)	Peningkatan Kualitas Pelayanan Pegawai Dengan Menggunakan Integrasi Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> - <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian
5	Nofi Erni, Iphov Kumala, dan Debby Karisa (2013)	Peningkatan Kualitas Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual dan <i>Quality Function Deployment</i> (Studi Kasus Pada PT. Plaza Auto Prima Cabang Green Garden, Jakarta)	<i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	Tujuan memberikan solusi yang tepat untuk menyediakan kualitas pelayanan yang lebih baik dari kompetitor sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen
6	Rini Widiastuti (2011)	Peningkatan Kualitas Layanan Penjualan BBM non Subsidi Dengan Menggunakan Integrasi Metode <i>Servqual</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	<i>Service Quality</i> (Servqual), <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan BBM non subsidi di SPBU Pertamina dan SPBU Bukan Pertamina (metode Servqual) dan gap antara harapan dan persepsi (<i>servqual</i>)</li> <li>✓ Mengetahui posisi setiap atribut-atribut dalam diagram kartesius (<i>IPA</i>)</li> <li>✓ Menerapkan QFD untuk mengetahui tindakan/program untuk peningkatan kualitas layanan.</li> </ul>
7	Bambang P, Sri Hartini, Agus Syaiful Anwar	Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Dengan Model Servqual Dimensi kepariwisataan	<i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Quality Function</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan publik kepariwisataan supaya kepuasan pelanggan

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian
	(2010)	dan Metode <i>Quality Function Deployment</i> ( <i>Studi Kasus di PT Semarang Arsama Trusta</i> )	<i>Development</i> (QFD)	meningkat sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung
8	Arif Isfandri Ersana dan Hari Supriyanto (2012)	Integrasi Servqual Dan Qfd Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Gelanggan Olahraga (Studi Kasus : (Gor Kertajaya)	<i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan solusi untuk meningkatkan kualitas pelayanan GOR supaya dapat memuaskan kepentingan konsumen
9	Melfa Yola dan Duwi Budianto (2013)	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada <i>Supermarket</i> Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	Tujuan dari penelitian ini adalah memberikan solusi yang tepat untuk perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan supaya mampu bersaing dengan kompetitornya serta dapat mempertahankan loyalitas konsumen
10	Allan Hardhika, Nasir Widha Setyanto, dan	Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Integrasi <i>Service Quality</i> (Servqual)	<i>Service Quality</i> (Servqual), <i>Importance Performance Analysis</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan, memperoleh atribut yang masuk dalam

No	Penulis	Judul	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian
Rahmi Yuniarti (2013)	Dan <i>Quality Function Deployment</i> (Qfd)	(IPA) dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	kategori kritis, serta rekomendasi yang dapat diberikan untuk memperbaiki kualitas pelayanan	
11 Bima Satria Pratama (2016)	Peningkatan Keunggulan Bisnis Restaurant Berbasis Pengembangan Keunikan Pelayanan	<i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI), <i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Quality Function Development</i> (QFD)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko.</li> <li>✓ Mengetahui atribut yang menjadi keunggulan di Rumah Makan Bu Eko.</li> <li>✓ Menghasilkan rancangan tindakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dengan meningkatkan keunggulan restaurant berbasis pengembangan keunikan pelayanan di Rumah Makan Bu Eko.</li> </ul>	



Berdasarkan tabel 2.2 di atas maka dapat diketahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut diantaranya yaitu studi kasus penelitian ini adalah di Rumah Makan Bu Eko sehingga proses pelayanan yang diteliti berkaitan dengan proses pelayanan yang terjadi di rumah makan. Selain itu di penelitian ini diintegrasikan empat metode yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Service Quality (Servqual)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Quality Function Development (QFD)*. Metode CSI dan *Service Quality* digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan metode QFD digunakan untuk mengetahui solusi teknis rancangan perbaikan kualitas pelayanan. Tujuan dilakukannya penelitian ini ada tiga yaitu mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko, mengetahui atribut yang menjadi keunggulan di Rumah Makan Bu Eko, menghasilkan rancangan tindakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan dengan meningkatkan keunggulan restaurant berbasis pengembangan keunikan pelayanan di Rumah Makan Bu Eko.



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Bu Eko Kediri yang beralamatkan di Jalan Raya Wonoasri , Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Objek penelitian ini menitikberatkan pada pengukuran kualitas pelayanan dari persepsi dan harapan pelanggan. Objek penelitian pada penelitian ini adalah pelanggan dari Rumah Makan Bu Eko.

#### 3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan seluruh data yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti dalam ruang lingkup dan waktu yang telah ditentukan. Populasi berkaitan dengan data-data. Jika setiap manusia memberikan suatu data, maka ukuran atau banyaknya populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan dari Rumah Makan Bu Eko.

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti) (Arikunto, 1996). Pada penelitian ini metode sampling yang digunakan yaitu *quota sampling*. *Quota sampling* adalah suatu teknik pengambilan sampel dimana sampel diambil dari suatu sub populasi yang mempunyai karakteristik-karakteristik tertentu dalam batasan jumlah atau kuota tertentu yang diinginkan .

### 3.3 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara :

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini diperlukan untuk mendapatkan gambaran mengenai konsep dasar dari teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan sehingga dapat diberikan alternatif solusi secara ilmiah. Studi kepustakaan ini dilakukan dengan membaca dan mempelajari beberapa referensi seperti jurnal, buku, maupun tulisan-tulisan lainnya yang dapat mendukung landasan teori penelitian sehingga dapat memperkuat landasan teori dalam analisis penelitian.

2. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan dilakukan dengan melakukan observasi dan pengamatan secara langsung pada objek penelitian dengan cara sebagai berikut :

- a. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui pendekatan kepada pelanggan dengan cara penyebaran kuesioner maupun wawancara. Data primer yang diperlukan pada penelitian ini yaitu :

- a. Atribut pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan
- b. Penilaian tingkat pelayanan rumah makan menurut pelanggan
- c. Penilaian tingkat harapan pelanggan terhadap pelayanan rumah makan.

- 2) Data Sekunder

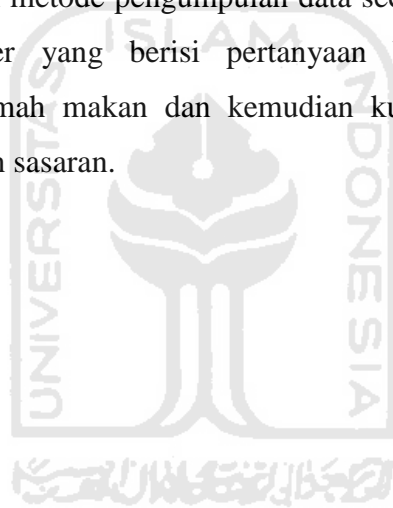
Data sekunder adalah data pendukung yang digunakan sebagai tambahan yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari kajian literatur, *browsing* internet dan sumber lain supaya landasan teori mampu melengkapi penjelasan topik penelitian sehingga analisa dari penelitian memiliki bobot yang ilmiah.

b. Wawancara

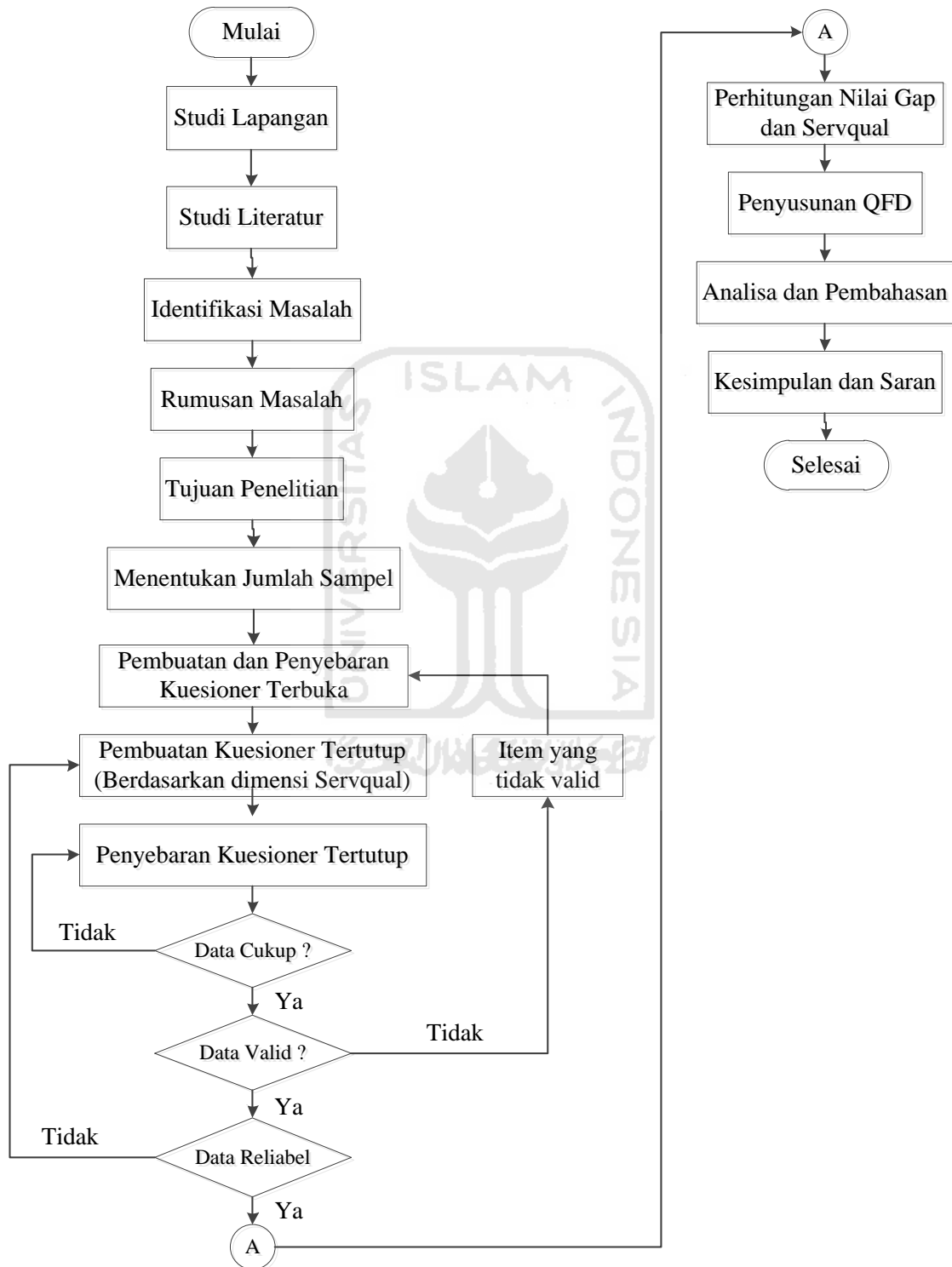
Wawancara dilakukan kepada pelanggan kepada pelanggan dan beberapa pihak yang berperan pada beroperasinya rumah makan seperti pemilik, supervisor, dan pramusaji. Wawancara kepada pelanggan dilakukan untuk mengetahui keluhan yang dirasakan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan. Sementara wawancara kepada pihak rumah makan dilakukan untuk mengetahui data perusahaan seperti sejarah berdiri, visi misi, kegiatan dan informasi lainnya.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data secara langsung menggunakan lembar kuesioner yang berisi pertanyaan berkaitan dengan kualitas pelayanan di rumah makan dan kemudian kuesioner tersebut dibagikan kepada pelanggan sasaran.



## 2.4 Diagram Alir Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian

### **3.4.1 Studi Lapangan**

Pada tahap ini peneliti melakukan studi lapangan secara langsung pada objek penelitian. Studi lapangan ini dilakukan dengan beberapa cara yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Melalui studi lapangan akan diperoleh beberapa data seperti data primer, data sekunder dan data yang berkaitan dengan perusahaan. Data-data tersebut nantinya akan diolah dan menjadi bagian dari analisis penelitian.

### **3.4.2 Studi Literatur**

Pada tahap ini peneliti melakukan studi literatur dengan membaca dan memahami teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi. Teori-teori tersebut diantaranya mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu teori-teori tentang metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Service Quality* (Servqual), dan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang akan diintegrasikan dengan metode *Quality Function Development* (QFD) sebagai metode penyelesaian masalah pada rumah makan.

### **3.4.3 Identifikasi Masalah**

Pada tahap identifikasi masalah, peneliti mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan perbaikan kualitas pelayanan di rumah makan. Masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu munculnya keluhan dari pelanggan yang menyebabkan pertumbuhan bisnis kuliner terhambat. Masalah yang diidentifikasi kemudian dijelaskan secara terperinci pada rumusan masalah.

### **3.4.4 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana merancang perbaikan kualitas pelayanan suatu rumah makan dengan meningkatkan keunggulan berbasis

pengembangan keunikan pelayanan. Jadi penelitian ini berfokus pada perbaikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dimana proses perbaikan pelayanan tersebut dilakukan dengan meningkatkan hal yang menjadi keunggulan dari rumah makan.

### **3.4.5 Tujuan Penelitian**

Pada tahap ini peneliti menetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tindakan memperbaiki kualitas pelayanan dengan meningkatkan keunggulan restaurant berbasis pengembangan keunikan pelayanan di Rumah Makan Bu Eko.

### **3.4.6 Penentuan Jumlah Sampel**

Jumlah responden untuk kuesioner pendahuluan (kuesioner terbuka) pada penelitian ini adalah sebanyak 30 responden sesuai dengan dasar statistik bahwa jumlah sampel minimum adalah lebih besar atau sama dengan 30. Karena jumlah sampel lebih besar dari 30 akan memberikan lebih besar peluang untuk menghasilkan distribusi normal, sebagai salah satu asumsi yang mesti dipenuhi dalam analisa (statistika) (Singarimbun, 1989). Sedangkan jumlah kuesioner untuk kuesioner tertutup ditetapkan setelah melakukan perhitungan uji kecukupan data. Dengan melakukan uji kecukupan data maka akan diketahui batas minimum jumlah data yang diperlukan.

### **3.4.7 Penyusunan Kuesioner**

Pada penelitian ini dilakukan penyusunan dua macam kuesioner yaitu kuesioner terbuka dan tertutup. Berikut adalah penjelasan dari setiap macam kuesioner yang disusun :

1. Kuesioner terbuka

Kuesioner terbuka disusun untuk mengetahui atribut pelayanan di rumah makan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada kuesioner terbuka ini responden akan diberikan pertanyaan secara terbuka mengenai atribut

pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jadi responden akan bebas menjawab pertanyaan pada kuesioner terbuka ini.

## 2. Kuesioner Tertutup

Setelah diketahui atribut pelayanan yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan maka selanjutnya akan dilakukan pengelompokan atribut. Pengelompokan atribut tersebut didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Terdapat tiga macam kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup yang pertama bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan tingkat harapan atas kualitas pelayanan yang dirasakan. Kuesioner tertutup yang kedua bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dibandingkan dengan kualitas pelayanan perusahaan sejenis. Sedangkan kuesioner yang ketiga digunakan untuk mengetahui tingkat keunikan solusi teknis yang dihasilkan pada penelitian ini menurut pelanggan. Dalam kuesioner ini skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala linkert dengan penjabaran sebagai berikut :

### a. Skala kepentingan/ harapan :

- 1 : Sangat tidak penting
- 2 : Tidak penting
- 3 : Cukup penting
- 4 : Penting
- 5 : Sangat penting

### b. Skala Kepuasan :

- 1 : Sangat tidak puas
- 2 : Tidak puas
- 3 : Cukup puas
- 4 : Puas
- 5 : Sangat puas

### c. Skala Kepuasan :

- 1 : Sangat tidak unik



- 2 : Tidak unik
- 3 : Cukup unik
- 4 : Unik
- 5 : Sangat unik

### 3.4.8 Penyebaran Kuesioner

Setelah kuesioner selesai disusun maka kuesioner tersebut akan disebarakan kepada pelanggan dengan jumlah yang ditentukan. Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka penelitian ini menggunakan sampel yang cukup untuk menggambarkan permasalahan yang akan diteliti. Oleh karena itu digunakan teknik *quota sampling* yang merupakan bagian dari *non probability sampling* (metode sampling yang setiap anggota populasinya tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel).

### 3.4.9 Pengolahan Data

#### 3.4.9.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk mengetahui apakah jumlah data yang sudah diambil sudah mencukupi atau belum untuk merepresentasikan suatu populasi. Pada uji kecukupan data akan ditentukan tingkat kepercayaan dan tingkat ketelitian ( $\alpha$ ). Uji kecukupan data menurut Supranto (2001) dalam Yola dan Budianto (2013) dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = p(1 - p) \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right)^2 \dots\dots\dots(3-1)$$

Dimana :

- n : Jumlah sampel
- p : Proporsi sebenarnya dari populasi
- SE : Sampling eror (kesalahan sampling)
- $Z_{\alpha/2}$  : Faktor tingkat keyakinan

#### 3.4.9.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan kuesioner yang disebarkan. Sebuah instrumen valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas untuk kuesioner dalam sebuah penelitian dapat dilakukan dengan rumus *pearson product moment correlation* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (3-2)$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi suatu butir/item

N = Jumlah subyek

X = Skor suatu butir/item

Y = Skor total

Nilai r kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Bila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir kuesioner tersebut valid. Namun bila nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka butir kuesioner tersebut tidak valid. Pada penelitian ini uji validitas dibantu oleh alat bantu yaitu *software* SPSS 17. Berikut adalah langkah- langkah uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 17 :

1. Menentukan hipotesis :

$H_0$  = Butir kuesioner valid

$H_1$  = Butir kuesioner tidak valid

2. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk menentukan nilai  $r_{tabel}$  maka ditentukan terlebih dulu tingkat signifikansi dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - 2$ .

3. Mencari  $r_{hitung}$

Perhitungan  $r_{hitung}$  untuk setiap atribut dapat dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17.

4. Mengambil keputusan

Keputusan untuk uji validitas ini diambil berdasarkan :

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

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

### 3.4.9.3 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Uji reliabilitas merupakan alat untuk menguji tingkat konsistensi dari alat ukur. Berikut adalah langkah-langkah uji reliabilitas :

1. Menentukan hipotesis :

$H_0$  = Butir kuesioner reliabel

$H_1$  = Butir kuesioner reliabel

2. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk menentukan nilai  $r_{tabel}$  maka ditentukan terlebih dulu tingkat signifikansi dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - 2$ .

3. Mencari  $r_{hitung}$

Perhitungan  $r_{hitung}$  untuk setiap atribut dapat dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17.

4. Mengambil keputusan

Keputusan untuk uji reliabilitas ini diambil berdasarkan :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

### 3.4.9.4 *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Langkah berikutnya pada penelitian ini yaitu melakukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* untuk mengetahui nilai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan. Menurut Straford dalam Sopian (2006), metode *Customer Satisfaction Index* dilakukan dengan beberapa tahap berikut :

1. Menghitung *Weighted Factor* (WF), yaitu mengubah nilai kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh total WF 100%.

2. Menghitung *Weighted Score* (WS), yaitu perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.
3. Menghitung *Weighted Total* (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut kualitas jasa.
4. Menghitung *Customer Satisfaction Index* yaitu WT dibagi skala maksimal yang digunakan dimana dalam penelitian ini skala maksimal yang digunakan yaitu 5 kemudian dikalikan 100%.

Skala kepuasan konsumen yang umum digunakan dalam interpretasi indeks adalah skala nol sampai satu. Hal ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Kriteria *Customer Satisfaction Index*

No	<i>Customer Satisfaction Index</i>	<i>Kriteria Customer Satisfaction</i>
1	0,00 – 0,34	Tidak Puas
2	0,35 – 0,50	Kurang Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,66 – 0,80	Puas
5	0,81 – 1,00	Sangat Puas

Sumber : Straford dalam Sopian (2006)

### 3.4.9.5 *Service Quality* (Servqual)

*Service quality* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur gap atau selisih antara tingkat persepsi pelanggan dengan tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Sebelum menghitung *score servqual*, maka terlebih dahulu dihitung rata-rata *score* dari setiap atribut harapan dan persepsi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\bar{X}E_i = \frac{\sum_{i=1}^n XE}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{X}P_i = \frac{\sum_{i=1}^n XP}{n} \dots\dots\dots(3-3)$$

Dimana :  $\bar{X}E_i$  = Nilai rata-rata ekspektasi (harapan) tiap atribut kualitas ke i  
 $\bar{X}P_i$  = Nilai rata-rata persepsi tiap atribut kualitas

$n$  = Jumlah responden

Nilai *servqual* merupakan selisih antara nilai persepsi dengan nilai ekspektasi seperti yang ditunjukkan rumus berikut :

$$\text{Servqual score} = \overline{X}_{Pi} - \overline{X}_{Ei} \dots \dots \dots (3-4)$$

*Servqual score* negatif menunjukkan bahwa adanya gap kualitas pada atribut kualitas. Hal ini berarti kinerja pelayanan perusahaan tidak mampu memenuhi harapan dari pelanggan. Sedangkan *servqual score* positif menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah mampu memenuhi harapan pelanggan.

### 3.4.9.6 Quality Function Development (QFD)

#### 3.4.9.6.1 House of Quality (HOQ)

Pada metode *Quality Function Development* (QFD) akan disusun *House of Quality* (HOQ). Berikut adalah langkah – langkah dalam penyusunan HOQ :

1. Menentukan matrik kebutuhan pelanggan. Tahap ini meliputi beberapa langkah lainnya seperti memutuskan siapa pelanggan, mengumpulkan data kualitatif berupa keinginan dan kebutuhan pelanggan dan menyusun keinginan pelanggan. Namun demikian pada penelitian ini untuk tahap penentuan matrik kebutuhan pelanggan diperoleh melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Atribut pelayanan yang berada pada kuadran 2 di metode IPA akan menjadi input dari HOQ.
2. Menentukan matrik perencanaan. Tahap ini bertujuan untuk mengukur kebutuhan-kebutuhan pelanggan dan menetapkan tujuan performansi kepuasan.
3. Menentukan respon teknis. Pada tahap ini dilakukan transformasi dari kebutuhan pelanggan yang bersifat non-teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi kebutuhan tersebut.
4. Menentukan hubungan respon teknis dengan kebutuhan konsumen. Tahap ini menentukan seberapa kuat hubungan antara respon teknis dengan kebutuhan pelanggan.
5. Menentukan korelasi teknis. Tahap ini memetakan hubungan dan kepentingan antara karakteristik kualitas pengganti atau respon teknis. Sehingga dapat dilihat

apabila suatu respon teknis yang satu dipengaruhi atau mempengaruhi respon teknis lainnya dalam proses pelayanan.

- Menentukan nilai *sales point*, *goal*, *improvement ratio*, *adjusted improvement ratio*, dan *row weight*.

### 3.4.9.6.2 Matrik *Part Deployment*

*Part Deployment* merupakan kelanjutan dari HOQ sehingga kebutuhan dari *Part Deployment* merupakan keluaran dari HOQ. Dalam menyusun matrik *Part Deployment* juga akan dilakukan analisa menggunakan metode *Fault Tree Analysis* (FTA), yaitu alat untuk menganalisis elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidaksesuaian target dengan *Technical Requirement*. Matrik *Part Deployment* dalam gambar *Technical Requirement and Targets* berisi tentang kebutuhan teknis dan target dari part kritis yang didapat dari metode *Fault Tree Analysis*. *Part spesification* berisi spesifikasi dari part yang akan dikembangkan yang berasal dari keinginan teknis yang terpilih dari rumah pertama. *Coulomn Weights* (berat kolom) merupakan perkalian antara *importance rating* dengan hubungan antara *Technical Requirement* dan *Critical Part Requirement* yang jika hubungannya kuat bernilai 9, jika sedang bernilai 3, dan jika lemah bernilai 1. Matrik part deployment dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut ini :

			<i>Critical Part</i>			
			<i>Importance Rating</i>			
<i>Part Spesifications</i>						
			<i>Targets</i>			
			<i>Coulomn Weight</i>			

Gambar 3.2 Matrik *Part Deployment*

#### **3.4.9.6.3 Matrik Perencanaan Proses (*Process Planning*)**

Merupakan matrik proses pembuatan pengembangan suatu produk atau jasa.

#### **3.4.9.6.4 Matrik Perencanaan Produksi (*Production Planning*)**

Merupakan tahap terakhir dalam metode *Quality Function Development* yang menghasilkan rancangan-rancangan perbaikan sistem pelayanan yang dibutuhkan.

#### **3.4.10 Analisa dan Pembahasan**

Setelah dilakukan tahap pengolahan data maka selanjutnya dilakukan analisa dan pembahasan terhadap hasil yang diperoleh. Analisa pada penelitian ini berkaitan dengan atribut pelayanan yang menjadi keunggulan dari rumah makan.

#### **3.4.11 Kesimpulan dan Saran**

Langkah akhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, serta memberikan saran-saran yang dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang membutuhkan khususnya pihak Rumah Makan Bu Eko.

## BAB IV

### PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

#### 1.1 Pengumpulan Data

##### 1.1.1 Profil Rumah Makan Bu Eko Secara Umum

Rumah Makan Bu Eko berdiri pada tanggal 7 Juli 2013 oleh Bapak Agus Widjaja sebagai pemiliknya. Rumah makan ini beralamat di Jalan Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kediri, Jawa Timur. Rumah makan ini cukup strategis karena berada pada jalur Kediri-Nganjuk yang merupakan jalan lintas propinsi sehingga rumah makan ini kerap disinggahi oleh orang-orang yang berpergian pada jalur tersebut. Rumah Makan Bu Eko buka mulai pukul 09.00 sampai 21.00 WIB.

Rumah Makan Bu Eko memiliki konsep Jawa sehingga sebagian besar menu yang ditawarkan adalah menu khas Jawa. Beberapa menu tersebut diantaranya yaitu Garang Asem, Sop Buntut, Rawon Iga, Beras Kencur, Kunir Asem, dan masih banyak menu lainnya. Namun demikian meskipun banyak menu tersedia pada Rumah Makan Bu Eko, menu yang menjadi andalan yaitu Garang Asem. Pemilihan Garang Asem sebagai menu utama karena Garang Asem merupakan makanan khas Jawa yang sebenarnya banyak diminati oleh masyarakat namun tidak banyak rumah makan yang menawarkan makanan tersebut sehingga dipilihlah Garang Asem sebagai menu utama. Garang Asem yang ditawarkan di Rumah Makan Bu Eko memiliki beberapa pilihan yaitu Garang Asem Ayam, Garang Asem Gurame, Garang Asem Tuna, Garang Asem Ati Ampela, dan Garang Asem Iga. Tidak jarang orang singgah ke Rumah Makan Bu Eko hanya untuk sekedar mencicipi nikmatnya Garang Asem.

Rumah makan yang berdiri di atas lahan seluas 1.400 m<sup>2</sup> ini memiliki karyawan sebanyak 30 orang. Karyawan tersebut dibagi menjadi beberapa divisi yaitu manajer, divisi minuman, divisi dapur depan, divisi dapur belakang, dan *waitress*. Divisi minuman bertugas untuk membuat minuman pelanggan. Divisi dapur depan bertugas membuat makanan untuk pelanggan. Divisi dapur belakang bertugas melayani



kebutuhan dapur depan seperti membersihkan dan memotong ikan. Divisi *waitress* bertugas mengelola karyawan seperti shift kerja, melayani kebutuhan pelanggan, dan membersihkan rumah makan. Sedangkan manajer melakukan tugas diluar divisi-divisi tersebut seperti mengatur proses pengadaan dan menganalisa keuangan rumah makan. Sistem perekrutan karyawan yaitu dengan memberikan lamaran kerja kemudian pelamar melakukan wawancara dengan *owner*. *Owner* Rumah Makan Bu Eko mengadakan program *training* untuk karyawan-karyawan baru supaya *skill* dari karyawan baru tersebut dapat meningkat. Shift kerja karyawan yang diberlakukan pada rumah makan ini yaitu dengan dua kali shift. Shift pertama mulai pukul 08.00 sampai 17.00 sedangkan shift kedua dimulai pada pukul 12.00 -21.00. Intinya dalam satu hari seorang pekerja memiliki 9 jam kerja dan karyawan memiliki hak 2 kali libur dalam satu bulan. Pada Rumah Makan Bu Eko juga dilakukan gotong royong kebersihan dalam 1 bulan sekali. *Supplier* Rumah Makan Bu Eko berasal dari beberapa beberapa kota di Jawa Timur diantaranya yaitu Surabaya, Nganjuk, dan Kediri.

Rumah Makan Bu Eko dibagi menjadi empat blok yang dapat dinikmati oleh pelanggan. Blok pertama yaitu blok tempat duduk depan dengan tempat duduk yang nyaman dengan fasilitas TV dan ayunan. Blok *VIP/meeting room* yang merupakan ruang khusus untuk pelanggan yang ingin mengadakan pertemuan atau rapat atau dimana ruangan ini dilengkapi dengan beberapa fasilitas diantaranya yaitu AC dan proyektor. Blok lesehan bawah yang merupakan ruangan dengan fasilitas bantal duduk dan meja panjang sehingga nyaman untuk duduk lesehan. Blok lesehan panggung yang merupakan ruangan dengan fasilitas bantal duduk namun ruangan ini berada di atas sehingga pelanggan bisa menikmati makanan dengan lesehan dan udara sejuk. Baik blok lesehan bawah maupun blok lesehan panggung dilengkapi dengan taman dan kolam yang asri sehingga membuat pelanggan semakin nyaman ketika menikmati makanan. Keempat blok tersebut mampu menampung sebanyak 212 pelanggan.

Strategi pemasaran yang diterapkan pada Rumah Makan Bu Eko yaitu strategi *soft opening*. Rumah Makan Bu Eko dibuka secara diam-diam oleh *owner* dengan terus memantau *feedback* dari pelanggan yang datang sehingga dapat terus dilakukan perbaikan. Strategi *soft opening* tersebut dilakukan kurang lebih selama tiga bulan. Setelah *soft opening* dilakukan baru dilakukan pemasaran secara massal baik melalui radio, koran, *website* Pemerintah Daerah, dan dari mulut ke mulut. Strategi tersebut diakui efektif oleh *owner* karena apabila langsung dilakukan kegiatan pemasaran atau

promosi dari awal pembukaan maka tidak akan diketahui kekurangan dari Rumah Makan Bu Eko padahal rumah makan tersebut terlanjur dipromosikan. Sehingga perlu dilakukan *feedback* terlebih dahulu supaya diawal pembukaan diketahui kekurangan rumah makan dan dapat dilakukan perbaikan pada rumah makan tersebut.

Pada saat ini pihak manajemen sedang merancang konsep untuk pembangunan Cabang Rumah Makan Bu Eko di Pare. Rumah makan cabang tersebut akan berdiri diatas lahan seluas 1.400 m<sup>2</sup> dengan asumsi dapat menampung 200 sampai 300 pelanggan. Pada rumah makan cabang di Pare rencananya juga akan dibuka mulai pukul 09.00 sampai 21.00.

## 1.2 Pengolahan Data

Pada pengolahan data dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, dan uji reliabilitas terhadap setiap butir-butir atribut pelayanan dan perhitungan dari beberapa metode *Customer Satisfaction Index*, *Service Quality* (SERVQUAL), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Quality Function Development* (QFD). Berikut adalah atribut-atribut pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diperoleh melalui studi pustaka dan penyebaran kuesioner terbuka :

Tabel 4.1 Atribut Pelayanan

No	Atribut Pelayanan	Kode Atribut
<b><i>Tangibles (Wujud)</i></b>		
1	Kebersihan dari rumah makan terjaga	X1
2	Penampilan karyawan rumah makan rapi	X2
3	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )	X3
4	Tempat parkir rumah makan yang luas	X4
5	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih	X5
6	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik	X6
7	Buku menu jelas dan menarik	X7
8	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan	X8
9	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman	X9

No	Atribut Pelayanan	Kode Atribut
	(taman dan kolam ikan)	
	<b>Reliability</b> (Kehandalan)	
10	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan	X10
11	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	X11
12	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan	X12
13	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	X13
14	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan	X14
15	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan	X15
16	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan	X16
	<b>Responsiveness</b> (Daya Tanggap)	
17	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk	X17
18	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	X18
19	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu	X19
20	Kesediaan pelayan dalam memilih menu	X20
21	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan	X21
22	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat	X22
	<b>Assurance</b> (Jaminan)	
23	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten	X23
24	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)	X24
25	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya	X25
26	Lingkungan rumah makan aman	X26
27	Makanan dan minuman yang disajikan halal	X27
	<b>Empathy</b> (Empati)	
28	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan	X28
29	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan	X29

No	Atribut Pelayanan	Kode Atribut
30	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	X30

### 1.2.1 Uji Kecukupan Data

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner maka perlu dilakukan uji kecukupan data. Uji kecukupan data bertujuan untuk mengetahui apakah sampel data yang diambil sudah cukup atau belum untuk mewakili suatu populasi. Dengan melakukan perhitungan uji kecukupan data maka berapa banyak jumlah data minimal yang dibutuhkan. Dalam perhitungan uji kecukupan data digunakan rumus Supranto (1991) dalam Yola dan Budianto (2013). Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat ketelitian ( $\alpha$ ) 10% = 0,1 ;  $\alpha/2 = 0,05$  ;  $Z_{\alpha/2} = 1,645$  maka rumus perhitungan uji kecukupan data adalah sebagai berikut :

$$n = p(1 - p) \left( \frac{Z_{\alpha/2}}{SE} \right)^2 \dots\dots\dots(4-1)$$

Dimana :

n : Jumlah sampel

p : Proporsi sebenarnya dari populasi

SE : Sampling eror (kesalahan sampling)

$Z_{\alpha/2}$  : Faktor tingkat keyakinan

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan  $p(1-p)$  juga tidak diketahui maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum, maka :

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$P = 0,5$$

Nilai maksimal  $f(p)$  adalah  $p(1-p) = 0,5(1-0,5) = 0,25$ , sehingga besarnya sampel jika mengandung tingkat kepercayaan 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah :

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

$$n = 0,5(1 - 0,5) \left( \frac{1,645}{0,1} \right)^2$$

$$n = 67,65 = 68 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan uji kecukupan data diatas dapat diketahui bahwa batas minimal jumlah responden yaitu sebanyak 68 orang. Oleh karena itu peneliti dalam penelitian ini menentukan jumlah responden untuk kuesioner tertutup sebanyak 75 responden. Sehingga jumlah responden yang diambil sudah cukup dan tidak perlu dilakukan penambahan.

### 1.2.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan kuesioner yang digunakan. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$  sehingga diperoleh nilai  $df = 75-2 = 73$ , maka nilai dari  $r_{tabel}$  adalah 0,231. Kemudian dilakukan perhitungan uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots \dots \dots (4-2)$$

Berikut adalah contoh perhitungan uji validitas untuk atribut kebersihan rumah makan terjaga (X1) :

$$r_{xy} = \frac{75 (36.150) - (307)(8797)}{\sqrt{\{75 (1297) - (307)^2\} \{75 (1038569) - (8797)^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0,270$$

Jadi nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh pada atribut kebersihan rumah makan terjaga (X1) yaitu sebesar 0,270. Kemudian nilai  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$  untuk mengetahui valid atau tidaknya atribut tersebut. Apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka atribut tersebut valid. Pada atribut kebersihan rumah makan terjaga dapat diketahui

bahwa nilai  $r_{hitung}$  (0,270) lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,231). Hal ini berarti atribut kebersihan rumah makan terjaga dapat dikatakan valid. Untuk perhitungan uji validitas atribut selanjutnya dilakukan dengan bantuan *software SPSS 17*. Hasil rekap uji validitas yang dilakukan dengan bantuan *software SPSS 17* dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Kebersihan dari rumah makan terjaga	0,27	0,231	valid
2	Penampilan karyawan rumah makan rapi	0,466	0,231	valid
3	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )	0,424	0,231	valid
4	Tempat parkir rumah makan yang luas	0,427	0,231	valid
5	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih	0,374	0,231	valid
6	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik	0,263	0,231	valid
7	Buku menu jelas dan menarik	0,471	0,231	valid
8	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan	0,446	0,231	valid
9	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)	0,336	0,231	valid
10	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan	0,401	0,231	valid
11	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	0,473	0,231	valid
12	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan	0,426	0,231	valid
13	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	0,474	0,231	valid
14	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan	0,506	0,231	valid
15	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan	0,373	0,231	valid
16	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai	0,465	0,231	valid

No	Atribut	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
	dengan harga yang ditetapkan			
17	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk	0,407	0,231	valid
18	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	0,625	0,231	valid
19	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu	0,592	0,231	valid
20	Kesediaan pelayan dalam memilih menu	0,371	0,231	valid
21	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan	0,574	0,231	valid
22	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat	0,483	0,231	valid
23	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten	0,568	0,231	valid
24	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)	0,424	0,231	valid
25	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya	0,465	0,231	valid
26	Lingkungan rumah makan aman	0,292	0,231	valid
27	Makanan dan minuman yang disajikan halal	0,232	0,231	valid
28	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan	0,453	0,231	valid
29	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan	0,558	0,231	valid
30	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	0,385	0,231	valid

Tabel 4.3 Uji Validitas Harapan Pelanggan

No	Atribut	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Kebersihan dari rumah makan terjaga	0,499	0,231	valid
2	Penampilan karyawan rumah makan rapi	0,480	0,231	valid
3	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu,	0,44	0,231	valid

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	wastafel, dan <i>free hotspot</i> )			
4	Tempat parkir rumah makan yang luas	0,319	0,231	valid
5	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih	0,459	0,231	valid
6	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik	0,447	0,231	valid
7	Buku menu jelas dan menarik	0,516	0,231	valid
8	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan	0,41	0,231	valid
9	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)	0,418	0,231	valid
10	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan	0,352	0,231	valid
11	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	0,386	0,231	valid
12	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan	0,347	0,231	valid
13	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	0,328	0,231	valid
14	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan	0,289	0,231	valid
15	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan	0,424	0,231	valid
16	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan	0,448	0,231	valid
17	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk	0,518	0,231	valid
18	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	0,505	0,231	valid
19	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu	0,449	0,231	valid
20	Kesediaan pelayan dalam memilih menu	0,276	0,231	valid



No	Atribut	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
21	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan	0,524	0,231	valid
22	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat	0,488	0,231	valid
23	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten	0,435	0,231	valid
24	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)	0,458	0,231	valid
25	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya	0,422	0,231	valid
26	Lingkungan rumah makan aman	0,543	0,231	valid
27	Makanan dan minuman yang disajikan halal	0,515	0,231	valid
28	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan	0,48	0,231	valid
29	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan	0,529	0,231	valid
30	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	0,508	0,231	valid

Tabel 4.4 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan RM Bu Eko  
Perbandingan Dengan RM Bu Lanny

No	Atribut	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Penampilan karyawan rapi	0,495	0,231	valid
2	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wifi, dan wastafel)	0,321	0,231	valid
3	Dekorasi dan tata letak rumah makan baik	0,460	0,231	valid
4	Lingkungan rumah makan asri dan nyaman	0,598	0,231	valid
5	Ketepatan jam buka dan jam tutup	0,398	0,231	valid

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
6	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	0,384	0,231	valid
7	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	0,341	0,231	valid
8	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	0,446	0,231	valid
9	Tidak menggunakan bahan baku berbahaya	0,294	0,231	valid

Tabel 4.5 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan RM Bu Lanny  
Perbandingan Dengan RM Bu Eko

No	Atribut	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Penampilan karyawan rapi	0,386	0,231	valid
2	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wifi, dan wastafel)	0,355	0,231	valid
3	Dekorasi dan tata letak rumah makan baik	0,343	0,231	valid
4	Lingkungan rumah makan asri dan nyaman	0,448	0,231	valid
5	Ketepatan jam buka dan jam tutup	0,400	0,231	valid
6	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	0,258	0,231	valid
7	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	0,489	0,231	valid
8	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	0,344	0,231	valid
9	Tidak menggunakan bahan baku berbahaya	0,267	0,231	valid

Tabel 4.6 Uji Validitas Kepuasan Kuesioner Tingkat Keunikan Solusi

No	Rancangan Sistem Pelayanan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Pemberian camilan rujak buah	0,591	0,231	valid
2	Gratis menu salah antar	0,632	0,231	valid
3	Pemberian <i>voucher</i> kepada pelanggan	0,618	0,231	valid
4	Tempat duduk outdoor dengan lampu taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu	0,652	0,231	valid
5	Sambutan dalam bahasa Jawa	0,657	0,231	valid
6	Tukar menu sesuai lidah pelanggan	0,633	0,231	valid
7	Jam buka subuh dan memberikan teh hangat gratis kepada pelanggan yang sholat subuh berjamaah di rumah makan	0,624	0,231	valid

### 1.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dari suatu alat ukur yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *reliability analysis* pada *software SPSS 17*. Pada penelitian ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$  dimana dalam penelitian menggunakan 75 kuesioner. Sehingga nilai derajat kebebasan ( $df$ ) =  $75-2 = 73$ , maka nilai dari  $r_{tabel}$  adalah 0,231. Data dinyatakan reliabel apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  (0,231).

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Atribut Pelayanan

No	Jenis Pertanyaan	<i>Cronbach's Alphas</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Kepuasan pelanggan	0,851	0,231	Reliabel
2	Kepentingan pelanggan	0,859	0,231	Reliabel
3	Perbandingan Kepuasan RM Bu Eko	0,396	0,231	Reliabel
4	Perbandingan Kepuasan RM Bu Lanny	0,290	0,231	Reliabel

No	Jenis Pertanyaan	Cronbach's Alphas	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
5	Tingkat Keunikan Solusi	0,687	0,231	Reliabel

#### 1.2.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperlukan rata-rata nilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari masing-masing atribut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8 *Customer Satisfaction Index*

No	Atribut Pelayanan	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF (100%)	Rata-rata Tingkat Kinerja	WS
<i>Tangibles (Wujud)</i>					
1	Kebersihan dari rumah makan terjaga	4,12	3,32	4,09	13,60
2	Penampilan karyawan rumah makan rapi	4,13	3,33	4,12	13,73
3	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )	4,28	3,45	4,19	14,45
4	Tempat parkir rumah makan yang luas	4,05	3,27	3,91	12,77
5	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih	4,07	3,28	3,80	12,46
6	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik	4,29	3,46	4,09	14,17
7	Buku menu jelas dan menarik	3,99	3,21	3,93	12,64
8	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan	4,12	3,32	3,92	13,02

No	Atribut Pelayanan	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF (100%)	Rata-rata Tingkat Kinerja	WS
9	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)	4,33	3,49	4,25	14,86
<b>Reliability (Kehandalan)</b>					
10	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan	4,05	3,27	3,75	12,24
11	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	4,37	3,53	3,95	13,92
12	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan	4,21	3,40	3,72	12,64
13	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	4,03	3,25	3,99	12,94
14	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan	3,96	3,19	3,72	11,88
15	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan	4,07	3,28	3,77	12,37
16	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan	4,11	3,31	4,12	13,64
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>					
17	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk	3,92	3,16	3,56	11,25
18	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	4,15	3,34	3,95	13,20

No	Atribut Pelayanan	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF (100%)	Rata-rata Tingkat Kinerja	WS
19	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu	4,12	3,32	3,85	12,80
20	Kesediaan pelayan dalam memilih menu	4,15	3,34	3,57	11,95
21	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan	4,23	3,41	3,80	12,95
22	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat	4,11	3,31	3,88	12,85
<b>Assurance (Jaminan)</b>					
23	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten	4,20	3,39	4,04	13,68
24	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)	4,16	3,35	3,96	13,28
25	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya	4,19	3,38	4,21	14,22
26	Lingkungan rumah makan aman	4,12	3,32	3,77	12,53
27	Makanan dan minuman yang disajikan halal	4,04	3,26	4,17	13,59
<b>Empathy (Empati)</b>					
28	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan	4,04	3,26	3,61	11,77
29	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan	4,21	3,40	3,72	12,64
30	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	4,21	3,40	3,87	13,14

No	Atribut Pelayanan	Rata-rata Tingkat Kepentingan	WF (100%)	Rata-rata Tingkat Kinerja	WS
	<b>Total</b>	124,03	100	117,29	391,18

$$\begin{aligned} \text{Indeks Kepuasan Pelanggan} &= (\text{Total WS} : \text{skala maksimum}) \times 100\% \\ &= 391,18 : 5 \times 100\% \\ &= 78,24\% \end{aligned}$$

Berikut adalah contoh perhitungan hasil pengolahan data menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) :

1. Menghitung *Weighted Factor* (WF)

$$\text{Weighted Factor (WF) atribut 1} = \left( \frac{4,12}{124,03} \right) \times 100 = 3,32$$

2. Menghitung *Weighted Score* (WS)

$$\text{Weighted Score (WS) atribut 1} = 4,09 \times 3,32 = 13,60$$

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Rumah Makan Bu Eko sebesar 78,24%. Nilai tersebut berada pada rentang skala 0,66 sampai dengan 0,80. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan secara umum berada pada kategori “puas”. Namun Nilai CSI tersebut masih belum maksimal karena masih di bawah 100% sehingga perlu dilakukan tindakan perbaikan pada proses pelayanan supaya kepuasan pelanggan dapat bernilai maksimal.

### 1.2.5 *Service Quality* (SERVQUAL)

Perhitungan nilai servqual setiap atribut dilakukan dengan mengurangi antara nilai rata-rata tingkat persepsi dengan nilai rata-rata tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bu Eko. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.9 *Service Quality*

No	Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Rank
<b><i>Tangibles (Wujud)</i></b>					
1	Kebersihan dari rumah makan terjaga	4,09	4,12	-0,03	5
2	Penampilan karyawan rumah makan rapi	4,12	4,13	-0,01	4
3	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )	4,19	4,28	-0,09	9
4	Tempat parkir rumah makan yang luas	3,91	4,05	-0,15	10
5	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih	3,80	4,07	-0,27	18
6	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik	4,09	4,29	-0,20	12
7	Buku menu jelas dan menarik	3,93	3,99	-0,05	7
8	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan	3,92	4,12	-0,20	14
9	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)	4,25	4,33	-0,08	8
Mean		4,03	4,15	-0,12	
<b><i>Reliability (Kehandalan)</i></b>					
10	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan	3,75	4,05	-0,31	21
11	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	3,95	4,37	-0,43	25
12	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan	3,72	4,21	-0,49	28
13	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	3,99	4,03	-0,04	6
14	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan	3,72	3,96	-0,24	17



No	Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Rank
15	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan	3,77	4,07	-0,29	20
16	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan	4,12	4,11	0,01	3
Mean		3,86	4,11	-0,25	
<b><i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i></b>					
17	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk	3,56	3,92	-0,36	24
18	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	3,95	4,15	-0,20	13
19	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu	3,85	4,12	-0,27	19
20	Kesediaan pelayan dalam memilih menu	3,57	4,15	-0,57	30
21	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan	3,80	4,23	-0,43	26
22	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat	3,88	4,11	-0,23	16
Mean		3,77	4,11	-0,34	
<b><i>Assurance (Jaminan)</i></b>					
23	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten	4,04	4,20	-0,16	11
24	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)	3,96	4,16	-0,20	15
25	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya	4,21	4,19	0,03	2
26	Lingkungan rumah makan aman	3,77	4,12	-0,35	23
27	Makanan dan minuman yang disajikan halal	4,17	4,04	0,13	1
Mean		4,03	4,14	-0,11	

No	Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Rank
<b><i>Empathy (Empati)</i></b>					
28	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan	3,61	4,04	-0,43	27
29	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan	3,72	4,21	-0,49	29
30	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	3,87	4,21	-0,35	22
Mean		3,73	4,15	-0,42	



Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui mayoritas nilai Servqual atau gap dari atribut pelayanan di Rumah Makan Bu Eko adalah negatif. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas kinerja dari atribut pelayanan belum mampu memenuhi harapan pelanggan.

### 1.2.6 Identifikasi Atribut Keluhan dan Harapan Pelanggan

Berdasarkan data dari manajemen Rumah Makan Bu Eko da metode Service Quality maka dapat diketahui atribut yang menjadi keluhan dan harapan pelanggan. Berikut adalah atribut keluhan dan harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko :

Tabel 4.10 Keluhan dan Harapan Pelanggan di Rumah Makan Bu Eko

No	Keluhan	Jumlah Keluhan (Juni)	Persentase Keluhan (%)	Harapan Pelanggan	Atribut Pelayanan	Nilai Service Quality	Dimensi Kualitas Pelayanan
1	Waktu pelayanan lama	221	6,48	Waktu menunggu pelayanan cepat	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	-0,20	<i>Responsiveness</i>
2	Salah hantar hidangan	17	0,50	Penyajian sesuai pesanan	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	-0,04	<i>Reliability</i>
3	Tidak ada ganti rugi	27	0,79	Adanya sistem ganti rugi kelalaian	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman	-0,20	<i>Assurance</i>
4	Adanya serangga	14	0,41	Bersih, asri dan bebas serangga	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman	-0,08	<i>Tangibles</i>

No	Keluhan	Jumlah Keluhan (Juni)	Persentase Keluhan (%)	Harapan Pelanggan	Atribut Pelayanan	Nilai Service Quality	Dimensi Kualitas Pelayanan
5	seperti lalat Pelayan tidak ramah	14	0,41	Pelayan ramah	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	-0,35	<i>Emphaty</i>
6	Rasa tidak sesuai standar	11	0,23	Rasa sesuai standar	Kualitas rasa masakan dan minuman yang ditawarkan konsisten	-0,16	<i>Assurance</i>
7	Jam buka tidak tepat	4	0,12	Jam buka tepat	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan	-0,43	<i>Reliability</i>

Selanjutnya atribut yang menjadi harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko tersebut akan dimasukkan ke dalam metode *Quality Function Development* (QFD). Hal ini bertujuan supaya harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui solusi yang ditemukan dari metode QFD sehingga nilai kepuasan dari pelanggan dapat meningkat.

### 1.2.7 *Quality Function Development (QFD)*

*Quality Function Deployment (QFD)* merupakan suatu metode yang menentukan kebutuhan pelanggan kemudian kebutuhan tersebut akan diterjemahkan ke dalam desain teknis dan perencanaan produksi yang akurat. Dalam metode QFD akan disusun *House of Quality (HOQ)* untuk menggambarkan kebutuhan pelanggan dan desain teknis. *House Of Quality (HOQ)* merupakan *Voice of Customer* yang perlu didengar perusahaan karena *voice of customer* merupakan cara sistematis untuk masuk dalam desain, proses dan produksi bahkan sampai pelayanan. Pada metode QFD juga akan dilakukan analisa perbandingan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap perusahaan pesaing. Perusahaan pesaing Rumah Makan Bu Eko di Kediri adalah Rumah Makan Bu Lanny. Rumah Makan Bu Lanny merupakan sebuah rumah makan di Kediri dengan menu andalan Ayam Goreng Kremes. Rumah Makan Bu Lanny dipilih menjadi perusahaan pesaing karena Rumah Makan Bu Lanny cukup dikenal oleh masyarakat Kediri dan sudah berdiri cukup lama. Rumah Makan Bu Lanny juga sering dijadikan tempat untuk acara pertemuan seperti reuni dan rapat. Berikut adalah hasil pengolahan data menggunakan metode QFD pada penelitian ini :

#### 4.2.7.1 *Menentukan Customer Needs*

Langkah pertama dalam menyusun *House of Quality (HOQ)* adalah menentukan kebutuhan pelanggan. Kebutuhan pelanggan diperoleh melalui analisis atribut yang menjadi harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko. Berikut adalah kebutuhan pelanggan menjadi input dalam penyusunan HOQ :

Tabel 4.11 Kebutuhan Pelanggan

No	Atribut
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian
4	Lingkungan rumah makan asri dan nyaman
5	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten
7	Ketepatan jam buka dan jam tutup

### 1.2.7.2 Menentukan Tingkat Kepentingan (*Importance Rating*)

*Importance rating* merupakan tingkat kepentingan kebutuhan pelanggan yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarakan kepada pelanggan. Pada bagian ini terdapat data kuantitatif yang diperoleh melalui skala linkert dengan skala pembobotan 1 sampai 5 dengan penjelasan sebagai berikut :

- a. Skala 1 berarti Sangat Tidak Penting
- b. Skala 2 berarti Tidak Penting
- c. Skala 3 berarti Cukup Penting
- d. Skala 4 berarti Penting
- e. Skala 5 berarti Sangat Penting

Tingkat kepentingan setiap atribut diperoleh dengan perhitungan rata-rata yaitu dengan menjumlahkan semua nilai tingkat kepentingan pada setiap atribut kemudian dibagi dengan jumlah responden sebanyak 75 responden. Berikut adalah rumus dari perhitungan tingkat kepentingan :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{N}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Nilai rata-rata

$X_i$  = Data kepentingan pelanggan

N = Jumlah responden

Berikut ini merupakan hasil perolehan *Importance Rating* atribut pelayanan yang akan dikembangkan :

Tabel 4.12 *Importance Rating*

No	Atribut	<i>Importance Rating</i>
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	4,15
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	4,37
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	4,16
4	Lingkungan rumah makan asri dan nyaman	4,33
5	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	4,21
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	4,20
7	Ketepatan jam buka dan jam tutup	4,37

### 1.2.7.3 Menerjemahkan *Customer Needs* ke dalam *Technical Requirement*

*Technical requirement* merupakan desain teknis dari kebutuhan pelanggan. Pada bagian ini kebutuhan pelanggan akan diterjemahkan ke dalam bentuk kebutuhan teknis secara lebih spesifik. Setiap kebutuhan pelanggan minimal memiliki satu kebutuhan teknis. Berikut adalah *technical requirement* yang dibentuk berdasarkan *customer needs* :

Tabel 4.13 *Technical Requirement*

No	<i>Customer Requirement</i>	<i>Technical Requirement</i>
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	Pengurangan rasa menunggu pelanggan
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan	Sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	Garansi anti kekecewaan pelanggan
4	Lingkungan rumah makan asri dan nyaman	Desain lingkungan rumah makan asri
5	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan	Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	Jaminan kualitas rasa makanan dan minuman
7	Ketepatan jam buka dan jam tutup	Cara pengolahan masakan Modifikasi jam buka



### 1.2.7.4 Menentukan *Relationship* (Hubungan Kebutuhan Pelanggan dengan Kebutuhan Teknis)

*Relationship* menunjukkan hubungan antara *Whats* (kebutuhan pelanggan) dan *How's* (desain teknis). Berikut adalah gambaran *relationship* antara *Whats* dengan *How's* :

Simbol dalam Matrik Relationship			Pengurangan rasa menunggu pelanggan	Garansi anti kecewaan	Desain lingkungan asri	Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi	Jaminan kualitas rasa hidangan	Cara pengolahan masakan	Modifikasi jam buka
●	9	Strong							
○	3	Medium							
▲	1	Weak							
Customer Requirement	IR	Nomor Urut Kebutuhan Teknis							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Kecepatan Pelayan Dalam Penyajian	4,15	●							
Ketepatan Pelayan Dalam Mengantarkan Pesananan	4,37		●	○					
Adanya Ganti Rugi Apabila Terjadi Kelalaian	4,16		○	●					
Lingkungan Rumah Makan Asri dan Nyaman	4,33	●			●				
Kesopanan dan Keramahan Pelayan	4,21	○	○	○		●			
Kualitas Rasa Konsisten	4,2						●	○	
Ketepatan Jam Buka dan Jam Tutup	4,37								○

Gambar 4.1 *Relationship*

### 1.2.7.5 Menentukan Target (*How Much*)

Target merupakan bentuk pelaksanaan realistis dari desain teknis. Pada bagian ini akan dijelaskan arah perbaikan yang akan dilakukan terhadap setiap kebutuhan teknis yang ada. Simbol arah perbaikan tersebut memiliki pengertian masing-masing yaitu :

1. Simbol ● mempunyai arti bahwa arah perbaikan hanya ada satu titik batasan.
2. Simbol ↑ mempunyai arti bahwa semakin dinaikkan semakin baik (tidak terbatas)
3. Simbol ↓ mempunyai arti semakin diturunkan semakin baik (tidak terbatas)
4. Simbol ○<sup>↑</sup> mempunyai arti bahwa bisa dinaikkan sampai titik tertentu.
5. Simbol ○<sup>↓</sup> mempunyai arti bahwa bisa diturunkan sampai titik tertentu.

Berikut adalah target yang terbentuk berdasarkan *technical requirement* :

Tabel 4.14 Target

No	<i>Technical Requirement</i>	Kondisi Awal	Arah Perbaikan	<i>Goal (Target)</i>
1	Pengurangan rasa menunggu pelanggan	Tidak terdapat suatu solusi untuk mengurangi rasa menunggu pelanggan	↑	Pemberian camilan rujak buah
2	Sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar	Tidak terdapat suatu solusi ketika pelayan salah mengantarkan pesanan pelanggan	↑	Gratis menu yang salah antar

No	Technical Requirement	Kondisi Awal	Arah Perbaikan	Goal (Target)
3	Garansi anti kekecewaan pelanggan	Tidak terdapat suatu solusi untuk mengganti rugi pelanggan ketika terjadi kelalaian dari pihak rumah makan	↑	Pemberian <i>voucher</i> diskon
4	Desain lingkungan rumah makan asri	Terdapat kolam ikan dan taman	↑	Tempat duduk outdoor dengan lampu taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu
5	Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi	Tidak terdapat sambutan ketika pelanggan datang dan pergi	↑	Ucapan selamat datang dan selamat tinggal dalam bahasa Jawa kepada pelanggan
6	Jaminan kualitas rasa masakan dan minuman	Tidak terdapat jaminan apabila rasa hidangan yang disajikan tidak sesuai standar	↑	Pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti dengan menu yang sesuai dengan lidah pelanggan
7	Cara pengolahan masakan	Cara memasak dilakukan seperti pada umumnya	↑	Menggunakan cara memasak yang memprioritaskan kesehatan
9	Modifikasi jam buka rumah makan	Jam buka pada pukul 09.00 WIB	↻	Jam buka pada pukul 6 pagi dengan menu sarapan

### 1.2.7.6 Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif Kebutuhan Teknis

Terdapat dua tingkat kepentingan dalam kebutuhan teknis yaitu kepentingan absolut dan kepentingan relatif. Tingkat kepentingan ini digunakan untuk menentukan atribut mana yang dijadikan prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan perbaikan. Nilai kepentingan absolut diperoleh dengan menggunakan rumus (Imam Djati, 2003) :

$$K_t = \sum_{i=1}^n B_{ti} \times H_i \dots \dots \dots (4-3)$$

Keterangan :

$K_t$  = Nilai kepentingan absolut untuk masing-masing atribut

$B_{ti}$  = Bobot kepentingan relatif keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis

$H_i$  = Nilai hubungan untuk keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis yang ada

Sedangkan untuk tingkat kepentingan relatif diperoleh dari hasil bagi antara masing-masing kepentingan absolut dikalikan dengan 100%.

$$\text{Kepentingan relatif (t)} = \frac{K_{ti}}{\sum K_t} \times 100\% \dots \dots \dots (4-4)$$

Keterangan :

$\sum K_t$  = jumlah total nilai kepentingan absolut kebutuhan teknis

$K_{ti}$  = nilai kepentingan absolut kebutuhan teknis

Tabel 4.15 Nilai Kepentingan Absolut Dan Kepentingan Relatif

No	Kebutuhan Teknis	Kepentingan		Prioritas
		Absolut	Relatif(%)	
1	Pengurangan rasa menunggu pelanggan	88,95	24,92	1
2	Sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar	64,44	18,05	2
3	Garansi anti kekecewaan pelanggan	63,18	17,70	3
4	Desain lingkungan rumah makan asri	38,97	10,92	4
5	Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi	37,89	10,62	5
6	Jaminan kualitas rasa makanan dan minuman	37,8	10,59	6
7	Cara pengolahan masakan	12,6	3,53	8
8	Modifikasi jam buka	13,11	3,67	7

Berikut adalah contoh perhitungan mengenai tingkat kepentingan absolut tata letak rumah makan:

$$K_t = (9 \times 4,29) + (3 \times 4,33) \\ = 51,6$$

Sedangkan contoh perhitungan kepentingan relatif tata letak rumah makan yaitu :

$$\text{Kepentingan relatif} = \frac{51,6}{474,74} \times 100\% \\ = 10,87\%$$

### 1.2.7.7 Menentukan Matriks Korelasi

Matriks korelasi terletak diatas matriks *House of Quality* yang merupakan atap dan penentu dari struktur hubungan setiap item *HOW*. Matriks korelasi juga menjelaskan tipe dari beberapa hubungan, antara lain :

- Positive* yaitu apabila salah satu karakteristik kualitasnya meningkat maka kualitas karakteristik pembanding juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya ketika salah satu karakteristik kualitasnya menurun maka kualitas karakteristik pembanding juga akan menurun. Korelasi positif disimbolkan dengan tanda  $\oplus$
- Negative* yaitu apabila salah satu karakteristik kualitasnya meningkat maka kualitas karakteristik pembanding akan menurun. Begitu juga sebaliknya ketika salah satu



Sedangkan *goal* atau target merupakan suatu target yang ingin dicapai perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Setelah peneliti berdiskusi dengan pemilik Rumah Makan Bu Eko, maka ditentukan target dari semua atribut pelayanan yaitu bernilai 5.

### 1.2.7.9 Customer Competitive Evaluation

*Customer Competitive Evaluation* (CCE) dilakukan untuk membandingkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bu Eko dengan perusahaan pesaing yaitu Rumah Makan Bu Lanny. Nilai CCE diperoleh dari rata-rata penilaian setiap atribut pada kuesioner tertutup kedua. Berikut ini merupakan perbandingan kualitas pelayanan Rumah Makan Bu Eko dengan Rumah Makan Bu Lanny :

Tabel 4.16 *Customer Competitive Evaluation*

No	Karateristik/ Kriteria	CCE	
		RM Bu Eko	Rm Bu Lanny
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	3,75	3,92
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan	4,17	4
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	3,8	3,93
4	Lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman	4,12	3,92
5	Kesopanan dan keramahan pelayan	4,04	3,93
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	3,85	3,8
7	Ketepatan jam buka dan tutup rumah makan	3,88	4

### 1.2.7.10 Perhitungan *Improvement Ratio*

*Improvement ratio* diperoleh melalui hasil pembagian antara *goal* (tujuan) dengan kondisi dimana kualitas pelayanan rumah makan saat ini berada. Berikut adalah rekapitulasi hasil perhitungan *improvement ratio* :

Tabel 4.17 *Improvement Ratio*

No	Karateristik/ Kriteria	CCE		Goal	Improvement Ratio
		RM Bu Eko	Rm Bu Lanny		
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	3,75	3,92	5	1,33
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan	4,17	4	5	1,20
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	3,8	3,93	5	1,32
4	Lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman	4,12	3,92	5	1,21
5	Kesopanan dan keramahan pelayan	4,04	3,93	5	1,24
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	3,85	3,8	5	1,30
7	Ketepatan jam buka dan tutup rumah makan	3,88	4	5	1,29

Contoh perhitungan *improvement ratio* pada atribut penampilan karyawan rumah makan rapi yaitu :

$$\text{Improvement ratio} = \frac{5}{4,01} = 1,25$$

#### 1.2.7.11 Perhitungan Row Weight

Setelah nilai dari *improvement ratio* diketahui maka langkah selanjutnya yaitu melakukan perhitungan bobot baris. Bobot baris dapat diketahui melalui perkalian dari *importance rating*, *improvement ratio*, dan *sales point*. Berikut adalah hasil perhitungan bobot baris pada penelitian ini :

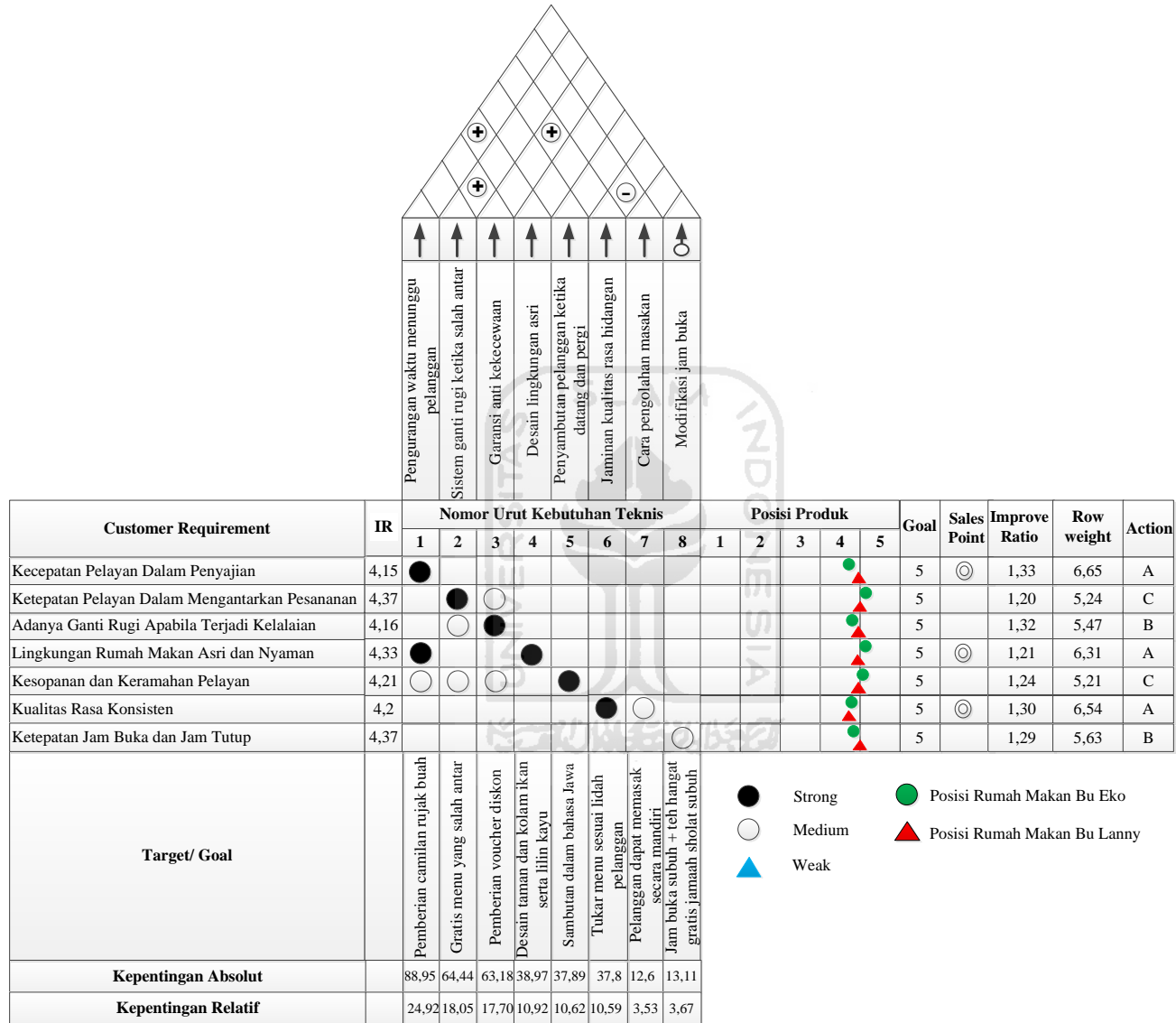


Tabel 4.18 *Row Weight*

No	Atribut	Importance Rating	Improvement Ratio	Sales Point	Row Weight
1	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman	4,15	1,33	1,2	6,65
2	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan	4,37	1,20	1	5,24
3	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian	4,16	1,32	1	5,47
4	Lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman	4,33	1,21	1,2	6,31
5	Kesopanan dan keramahan pelayan	4,21	1,24	1	5,21
6	Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten	4,2	1,30	1,2	6,54
7	Ketepatan jam buka dan tutup rumah makan	4,37	1,29	1	5,63

Contoh perhitungan *row weight* pada atribut penampilan karyawan rumah makan rapi yaitu :

$$\text{Row weight} = 4,12 \times 1,25 \times 1 = 5,15$$



Gambar 4.3 House of Quality

### 1.2.7.12 Matrik *Part Deployment*

Salah satu cara untuk mengidentifikasi part kritis adalah dengan metode *fault tree analysis*. *Fault tree analysis* adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi resiko yang berperan terhadap terjadinya kegagalan. Dengan menggunakan *fault tree analysis* akan dicari penyebab-penyebab terjadinya ketidaksesuaian pada *technical requirement*.

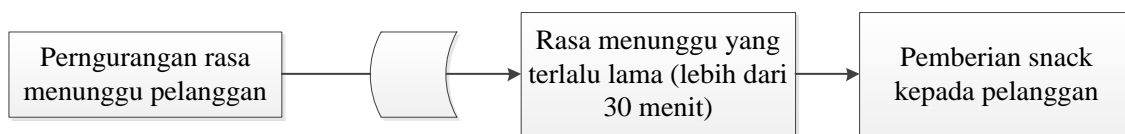
Pada matrik part deployment terdapat bagian kebutuhan yang terletak di sebelah kiri matrik dimana pada bagian ini akan diisi oleh kebutuhan teknis yang terpilih dari matrik *House of Quality*. Sedangkan kolom di atas matrik yang merupakan bagian atas adalah identifikasi part kritis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan teknis. Hubungan antara *technical requirement* dan part kritis terdapat tiga hubungan yaitu : kuat, sedang dan lemah.

Sebelum penentuan part kritis perlu dibuat dulu analisis konsep. Dalam analisis konsep terdapat kriteria-kriteria yang merupakan rumusan rincian kebutuhan pelayanan Rumah Makan Bu Eko, yaitu:

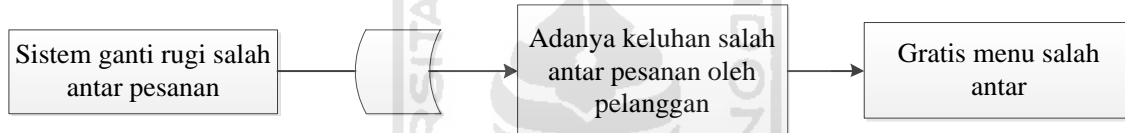
1. Berdasarkan *House of Quality* yang telah dibuat, maka dapat ditentukan faktor teknik yang memungkinkan untuk diperbaiki yaitu :
  - a. Pengurangan rasa menunggu pelanggan
  - b. Sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar
  - c. Garansi anti kekecewaan pelanggan
  - d. Desain lingkungan rumah makan asri dan nyaman
  - e. Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi
  - f. Jaminan kualitas rasa makanan dan minuman
  - g. Modifikasi jam buka
2. Kebutuhan dari sisi pelayanan dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan terhadap kondisi nyata rumah makan, yaitu :
  - a. Perlu adanya suatu rancangan sistem yang dapat mengurangi rasa menunggu pelanggan terhadap lamanya waktu penyajian makanan.
  - b. Perlu adanya suatu rancangan sistem ganti rugi ketika pelayan salah dalam mengantarkan pesanan pelanggan.
  - c. Perlu adanya suatu rancangan sistem yang dapat menjamin ganti rugi atas rasa kekecewaan pelanggan apabila terjadi suatu kelalaian dari pihak rumah makan.

- d. Perlu adanya suatu penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi untuk meningkatkan kesan sopan dan ramah pelayan di mata pelanggan.
- e. Perlu adanya suatu solusi untuk menjamin kualitas rasa masakan yang disajikan.
- f. Perlu adanya evaluasi mengenai jam buka rumah makan supaya ketika rumah makan dibuka pelanggan sudah dapat menikmati semua fasilitas yang disediakan.

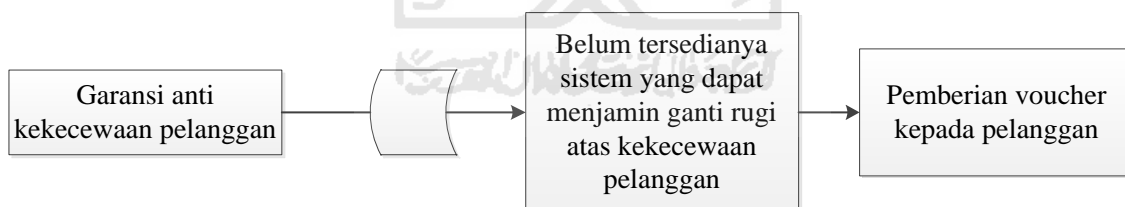
Berikut adalah analisis *fault tree analysis* pada kebutuhan teknis pelayanan di Rumah Makan Bu Eko :



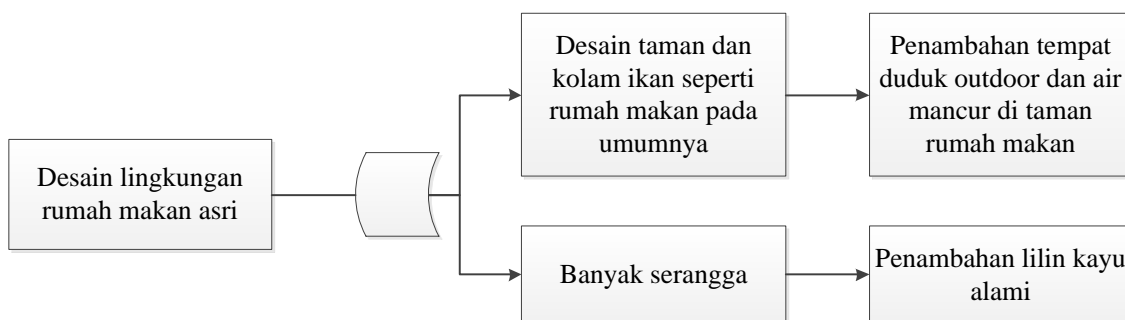
Gambar 4.4 *Fault Tree Analysis* Pengerungan Rasa Menunggu Pelanggan



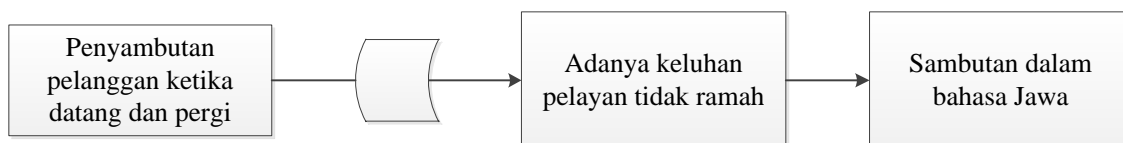
Gambar 4.5 *Fault Tree Analysis* Sistem Ganti Rugi Salah Antar Pesanan



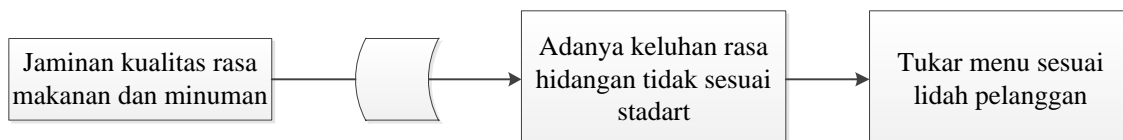
Gambar 4.6 *Fault Tree Analysis* Garansi Anti Kekecewaan Pelanggan



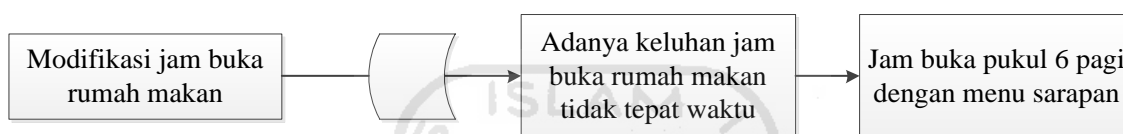
Gambar 4.7 *Fault Tree Analysis* Desain Lingkungan Rumah Makan Asri



Gambar 4.8 *Fault Tree Analysis* Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi



Gambar 4.9 *Fault Tree Analysis* Modifikasi Jam Buka Rumah Makan



Gambar 4.10 *Fault Tree Analysis* Modifikasi Jam Buka Rumah Makan

Setelah diketahui hasil dari *fault tree analysis* maka langkah selanjutnya adalah membentuk matrik *part development*. Matrik *part development* berisi spesifikasi part yang akan dikembangkan dan diperbaiki yang berasal dari kebutuhan teknis terpilih dari matrik *house of quality*. Pada matrik *part development* terdapat simbol-simbol yang menunjukkan hubungan antara *technical requirement* dengan *critical part development*. *Importance rating* diperoleh melalui hasil diskusi dengan pemilik Rumah Makan Bu Eko. Selain itu juga terdapat bobot kolom yang diperoleh dari perkalian antara *importance rating* dengan hubungan antara *technical requirement* dengan *critical part development*. Berikut adalah bentuk matrik *part development* :

		<b>Simbol dalam Matrik Relationship</b>									
		●	9	Strong	<b>Importance Rating</b> Pemberian camilan rujak buah Gratis menu salah antar Pemberian voucher kepada pelanggan Penambahan blok outdoor, taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu Sambutan dalam bahasa Jawa Tukar menu sesuai lidah pelanggan Jam buka pukul 6 pagi dengan menu sarapan						
		○	3	Medium							
		▲	1	Weak							
<b>Technical Requirements</b>	<b>Target</b>	<b>Critical Part Requirement</b>									
		1	2	3	4	5	6	7			
Pengurangan rasa menunggu pelanggan	Pemberian camilan rujak buah	5	●								
Sistem ganti rugi salah antar pesanan	Gratis menu salah antar	4		●							
Garansi anti kekecewaan pelanggan	Pemberian voucher kepada pelanggan	5		○	●						
Desain lingkungan rumah makan asri	Penambahan blok <i>outdoor</i> , taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu	4	○			●					
Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi	Sambutan dalam bahasa Jawa	4					●				
Jaminan kualitas rasa hidangan	Tukar menu sesuai lidah pelanggan	5						●			
Modifikasi jam buka rumah makan	Jam buka pukul 6 pagi dengan menu sarapan	4								●	
			Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	Kinerja Ditetukan	
			57	51	45	36	36	45	36		

Column Weight

Gambar 4.11 Matrik *Part Deployment*

### 1.2.7.13 Uji Validasi Rancangan Atribut Usulan

Untuk mengetahui tingkat keunikan dari rancangan sistem pelayanan yang ditemukan melalui metode *Quality Function Development* maka peneliti melakukan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. Berikut adalah hasil rekapitulasi kuesioner parameter keunikan :

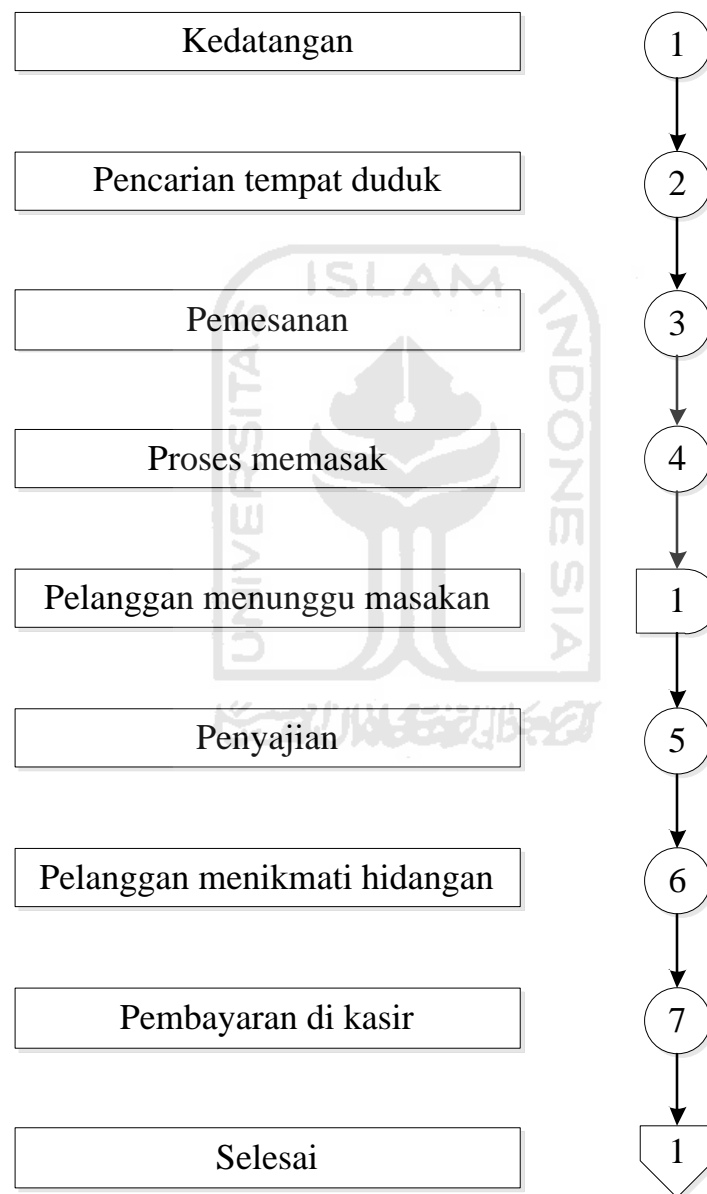
Tabel 4.19 Validasi Rancangan Atribut Usulan

No	Rancangan Atribut Sistem Pelayanan	Tingkat Keunikan
1	Pemberian camilan rujak buah	4
2	Gratis menu salah antar	4
3	Pemberian <i>voucher</i> kepada pelanggan	4
4	Tempat duduk outdoor dengan lampu taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu	4
5	Sambutan dalam bahasa Jawa	4
6	Tukar menu sesuai lidah pelanggan	4
7	Jam buka subuh dan memberikan teh hangat gratis kepada pelanggan yang sholat subuh berjamaah di rumah makan	4

Berdasarkan tabel 4.19 tentang validasi rancangan atribut usulan maka dapat diketahui bahwa nilai yang diperoleh semua rancangan atribut usulan adalah 4. Hal ini berarti bahwa rancangan atribut yang diperoleh melalui metode QFD dinilai oleh pelanggan sebagai solusi yang unik.

### 1.2.7.14 Matrik *Process Planning*

Pada tahapan ini diawali dengan pembuatan peta proses pelayanan di Rumah Makan Bu Eko. Dari peta tersebut kemudian dihubungkan dengan part kritis yang dihasilkan dari matrik sebelumnya. Peta proses dapat dilihat pada gambar 4.12 dan matrik perencanaan proses dapat dilihat pada gambar 4.13.



Gambar 4.12 Peta Operasi Pelayanan Rumah Makan



<i>Proses Specification</i>	Pemberian camilan rujak buah	Gratis menu salah antar	Pemberian voucher kepada pelanggan	Penambahan blok outdoor, taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu	Sambutan dalam bahasa Jawa	Tukar menu sesuai lidah pelanggan	Jam buka pukul 6 pagi dengan menu sarapan	<i>Critical Parts Requirement</i>	<i>Critical Process Requirement</i>	<i>Process Planning</i>
ditentukan							○	Kedatangan pelanggan	Kedatangan	①
ditentukan					●			Penyambutan pelanggan		↓
ditentukan								Pelayan mencari tempat duduk	Pencarian tempat duduk	②
ditentukan								Pelayan mempersilahkan duduk		↓
ditentukan								Pelayan memberikan buku menu		↓
ditentukan								Pelanggan memesan	Pemesanan	③
ditentukan								Pelayan mencatat pesanan		↓
ditentukan								Pesanan diberikan ke juru memasak		↓
ditentukan								Juru masak memasak pesanan	Proses memasak	④
ditentukan	●			○				Pelanggan menunggu hidangan	Pelanggan menunggu hidangan	①
ditentukan		●						Penyajian masakan dan minuman	Penyajian	⑤
ditentukan				●		●		Pelanggan menikmati hidangan	Pelanggan menikmati hidangan	⑥
ditentukan								Kasir memberikan tagihan	Pembayaran di kasir	⑦
ditentukan								Pelanggan membayar		↓
ditentukan			●					Pelayan memberikan struk		↓
ditentukan					●			Pelanggan meninggalkan rumah makan	Selesai	↓
ditentukan								Pelayan membersihkan tempat makan		①

Gambar 4.13 Matrik Perencanaan Proses

### 1.7.2.14 Matrik *Production Planning*

Tahap ini merupakan tahap terakhir dalam metode *Quality Function Development* (QFD). Tahap ini digunakan untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil untuk perbaikan performa perancangan sistem layanan. Matrik perencanaan produksi dapat dilihat pada gambar 4.14.

<i>Process Step</i>	<i>Key Process Requirement</i>	<i>Planning Need</i>				<i>Notes</i>
		Analisa Pekerjaan	Instruksi	Training	Kualifikasi	
Kedatangan	Evaluasi sikap penyambutan pelanggan	●				Sambutan dalam bahasa Jawa
	Ketepatan jam buka	●	●	●		Jam buka pukul 6 pagi dengan menu sarapan
	Modifikasi jam buka				●	
	Perancangan desain tata letak tempat parkir				●	
Pencarian tempat duduk	Kemudahan mencari tempat duduk	●		●		Pelayan membantu pelanggan mencari tempat duduk
	Kemudahan akses antar blok				●	
Pemesanan	Kesigapan dan kejelasan pelayan	●		●		Pelayan membantu pelanggan untuk memilih menu
	Pemberitahuan bahwa proses memasak cukup lama			●		
Proses memasak	Jaminan penggunaan bahan baku yang aman				●	Menggunakan bahan baku tradisional
Pelanggan menunggu hidangan	Desain lingkungan asri				●	Penambahan blok outdoor, taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu
	Standarisasi waktu memasak	●		●		
	Rancangan desain tata letak dapur				●	
	Pemberian snack			●	●	Pemberian camilan rujak buah
Penyajian	Ucapan permohonan maaf kepada pelanggan karena menunggu lama			●		Gratis menu salah antar
	Ketepatan penyajian menu yang dipesan	●				
Pelanggan menikmati hidangan	Desain lingkungan asri				●	Taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu
	Garansi kualitas rasa dan terjadinya kelalaian	●		●	●	
	Kualitas rasa enak dan konsisten	●		●		Tukar menu sesuai lidah pelanggan
Pembayaran di kasir	Rancangan sistem garansi pemberian voucher	●			●	Pemberian voucher kepada pelanggan
	Evaluasi kecepatan, ketepatan dan keramahan kasir	●		●		

Gambar 4.14 Matrik Perencanaan Produksi

## BAB V

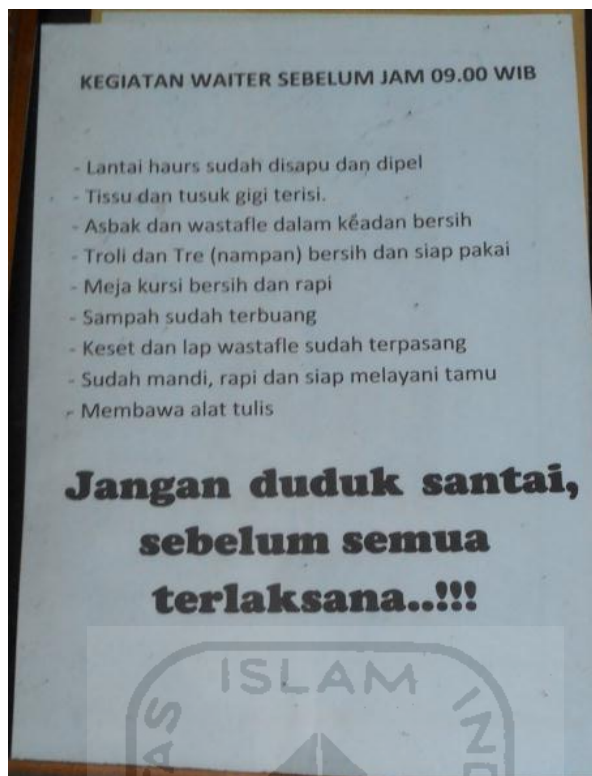
### PEMBAHASAN

#### 1.1 Analisa Atribut Rumah Makan

Identifikasi atribut dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan atribut-atribut yang berkaitan dengan proses pelayanan di rumah makan. Atribut-atribut pelayanan tersebut diperoleh melalui dua metode yaitu studi pustaka dan penyebaran kuesioner terbuka. Penulis melakukan studi pustaka dengan cara membaca buku dan jurnal untuk memperoleh referensi yang berkaitan dengan atribut pelayanan. Selain itu penulis juga membagikan kuesioner terbuka sebanyak 30 kuesioner kepada pelanggan di Rumah Makan Bu Eko. Kuesioner tersebut berisikan pertanyaan tentang atribut pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di rumah makan. Selanjutnya atribut pelayanan yang diperoleh melalui studi pustaka digabung dengan atribut pelayanan yang diperoleh melalui kuesioner terbuka sehingga diperoleh atribut pelayanan sebanyak 30 buah yang siap untuk diolah. Berikut adalah penjelasan dari atribut pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko :

##### 1. Kebersihan dari rumah makan terjaga

Atribut pelayanan ini berkaitan dengan kondisi kebersihan rumah makan. Pihak manajemen menetapkan kegiatan pelayanan sebelum rumah makan dibuka yaitu mengepel serta menyapu lantai, membersihkan wastafel dan asbak, membersihkan troll dan nampan sehingga sudah siap pakai, membersihkan dan merapikan meja kursi, mengosongkan tempat sampah dan memasang keset serta lap wastafel. Kegiatan tersebut rutin dikerjakan setiap hari sebelum jam 9 pagi atau sebelum rumah makan buka sehingga kebersihan dari rumah makan senantiasa terjaga.



Gambar 5.1 Jadwal Kegiatan Pelayan Sebelum Jam 09.00 WIB

## 2. Penampilan karyawan rumah makan rapi

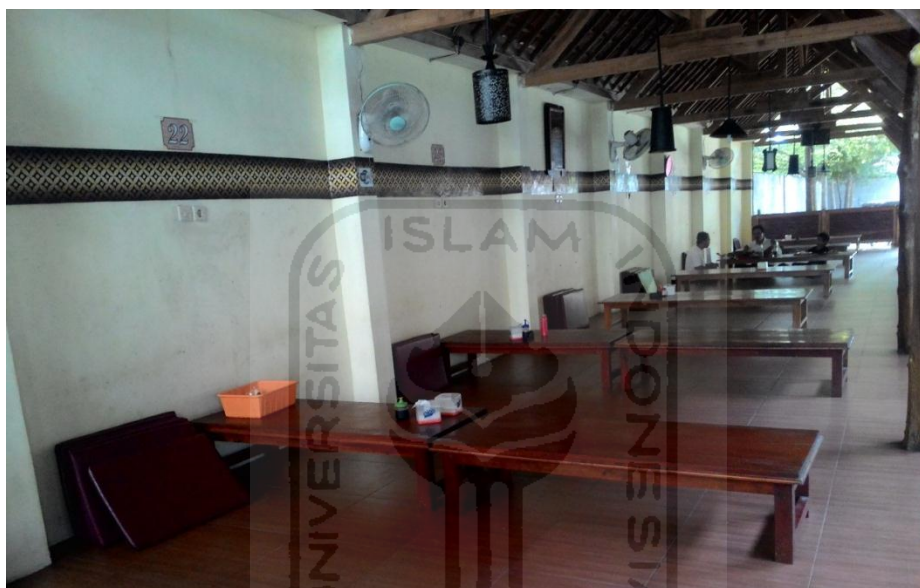
Atribut ini berkaitan dengan penampilan karyawan di rumah makan. Pihak manajemen Rumah Makan Bu Eko sudah menyediakan seragam yang wajib dikenakan oleh karyawannya. Seragam berwarna merah dengan tulisan Rumah Makan Bu Eko tersebut membuat karyawan terlihat lebih rapi. Selain itu dengan adanya seragam tersebut, pelanggan akan lebih mudah membedakan antara pelanggan lain dengan karyawan rumah makan. Karyawan juga selalu diarahkan untuk mandi terlebih dahulu dan menyisir rambut supaya terlihat rapi di mata pelanggan.



Gambar 5.2 Karyawan Memakai Seragam Rumah Makan Bu Eko

### 3. Tersedianya fasilitas pendukung

Atribut tersedianya fasilitas pendukung ini berkaitan dengan kelengkapan fasilitas pendukung yang disediakan oleh pihak rumah makan untuk dinikmati oleh pelanggan. Pihak manajemen Rumah Makan Bu Eko sudah menyediakan beberapa fasilitas pendukung untuk memuaskan pelanggan. Beberapa fasilitas pendukung tersebut diantaranya seperti wastafel dan sabun untuk cuci tangan, toilet, tisu, wifi sebagai sarana internet, kipas angin untuk menyejukkan ruangan, dan bantal duduk supaya pelanggan merasa nyaman ketika duduk pada blok lesehan.



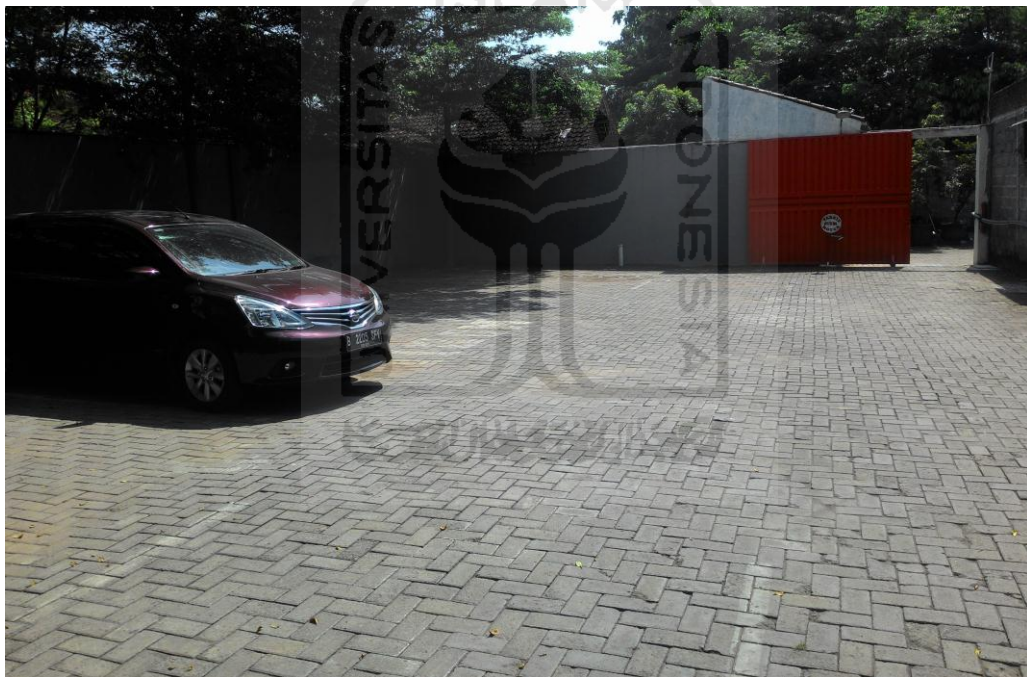
Gambar 5.3 Fasilitas Bantal Duduk Dan Kipas Angin

### 4. Tempat parkir rumah makan yang luas

Atribut ini berkaitan dengan luas tempat parkir yang disediakan untuk pelanggan. Kapasitas parkir di Rumah Makan Bu Eko cukup luas yaitu dapat menampung setidaknya 15 mobil dan 50 motor. Bahkan kapasitas tempat parkir tersebut dapat bertambah dengan memanfaatkan halaman tetangga. Dalam memanfaatkan halaman tetangga tersebut, pihak manajemen menerapkan sistem yang disebut “Pagar Baja Kalah Dengan Pagar Mangkok”. Sistem tersebut berarti halaman tetangga yang biasanya dibatasi pagar baja bisa saja terbuka untuk Rumah Makan Bu Eko dengan ikhlas dan sukarela. Rasa ikhlas dan sukarela tersebut muncul karena pihak manajemen rumah makan kerap memberi masakan ke tetangga sebelah. Sehingga halaman tetangga tersebut dapat dimanfaatkan untuk menjadi tempat parkir pelanggan.



Gambar 5.4 Tempat Parkir Sepeda Motor

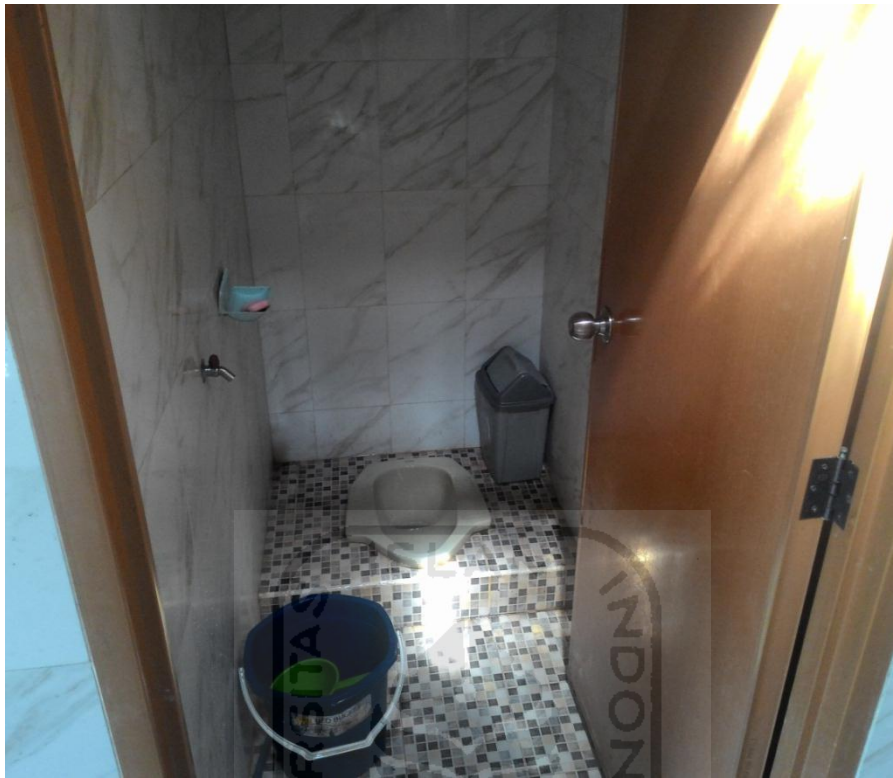


Gambar 5.5 Tempat Parkir Mobil

##### 5. Fasilitas pendukung rumah makan terlihat bersih

Fasilitas pendukung rumah makan terlihat bersih merupakan atribut yang berkaitan dengan kondisi kebersihan fasilitas pendukung di rumah makan seperti toilet, mushola dan wastafel. Dalam pelaksanaannya, pihak manajemen selalu menjaga kebersihan rumah makan termasuk toilet, wastafel, dan mushola. Toilet, wastafel, dan mushola selalu dibersihkan sebelum rumah makan dibuka. Sebelum jam 9 pagi pelayan bertugas

untuk menyiapkan keset dan lap wastafel. Selain itu asbak dan mushola juga selalu dibersihkan terlebih dahulu.



Gambar 5.6 Kebersihan Toilet



Gambar 5.7 Kebersihan Wastafel



Gambar 5.8 Kebersihan Musholla

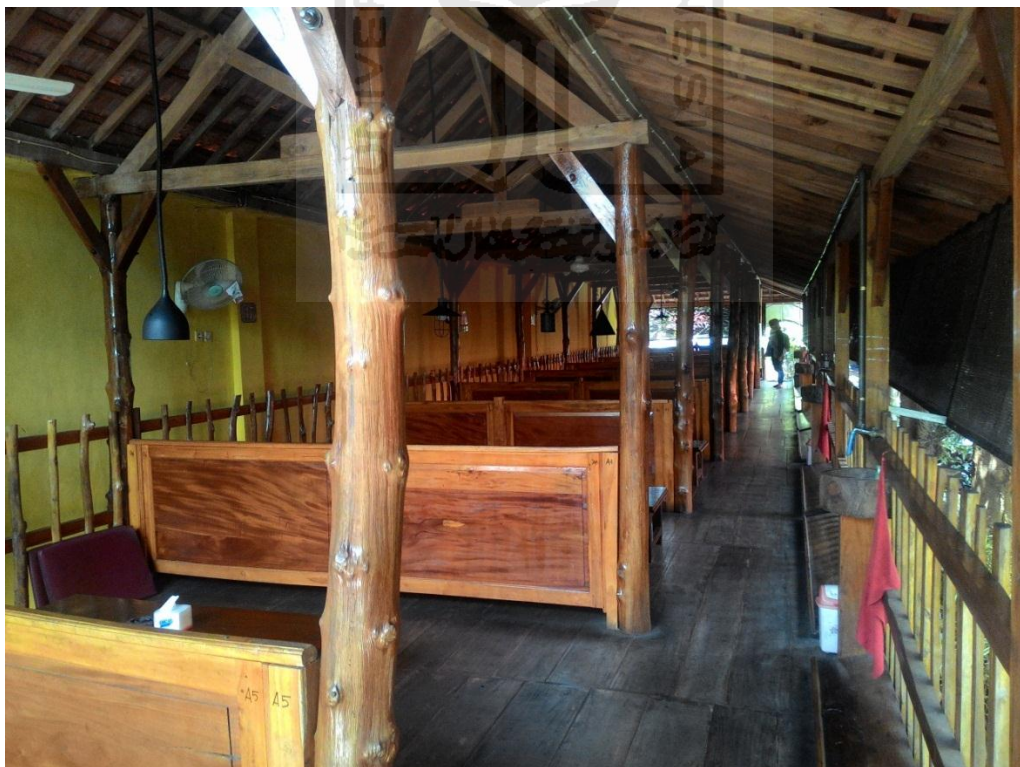
#### 6. Dekorasi dan tata letak rumah makan baik

Rumah Makan Bu Eko memiliki dekorasi yang baik dengan tujuan dapat memuaskan pelanggan. Rumah Makan Bu Eko di dekorasi dengan mengutamakan aspek keasrian lingkungan. Di rumah makan ini dipasang wallpaper yang berwarna terang sehingga menyejukkan mata pelanggan. Selain itu terdapat ayunan yang dapat digunakan oleh pelanggan untuk bermain. Untuk tata letak, Rumah Makan Bu Eko dibagi menjadi empat blok. Di depan terdapat dua blok yaitu blok VIP dan blok tempat duduk depan. Blok VIP digunakan khusus untuk pelanggan yang ingin mengadakan pertemuan secara eksklusif dimana pada blok ini dilengkapi dengan AC dan proyektor. Sementara blok tempat duduk depan dilengkapi dengan TV dan ayunan. Di belakang terdapat dua blok yaitu blok lesehan bawah dan blok lesehan panggung. Blok lesehan bawah merupakan ruangan dengan fasilitas bantal duduk dan meja panjang sehingga nyaman untuk duduk lesehan. Blok lesehan panggung merupakan ruangan dengan fasilitas bantal duduk namun ruangan ini berada di atas sehingga pelanggan bisa menikmati makanan dengan lesehan dan udara sejuk. Kedua blok lesehan ini dipisahkan dengan kolam dan taman yang asri sehingga lingkungan lebih terasa sejuk.

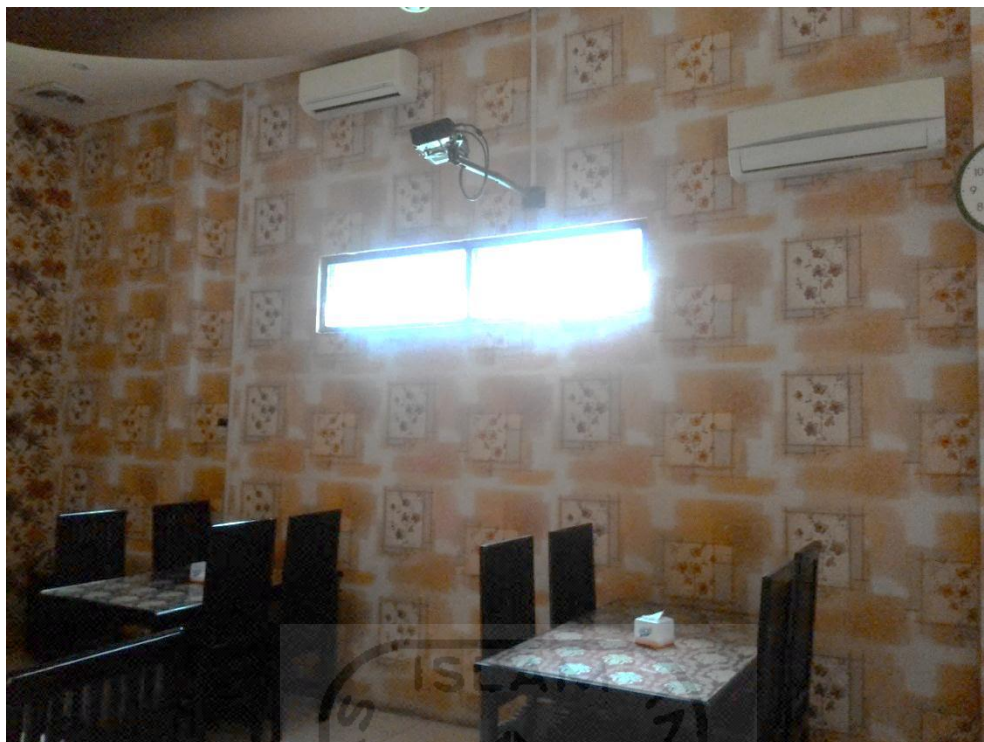




Gambar 5.9 Dekorasi Blok Duduk Bagian Depan



Gambar 5.10 Dekorasi Blok Lesehan Panggung



Gambar 5.11 Dekorasi Ruang VIP/ Meeting

7. Buku menu jelas dan menarik

Buku menu jelas dan menarik merupakan atribut yang berkaitan dengan bentuk buku menu yang disediakan untuk pelanggan ketika memilih menu. Seperti sudah dijelaskan di atas bahwa buku menu di Rumah Makan Bu Eko memuat daftar makanan dan minuman beserta harganya. Saran dari penulis adalah pihak rumah makan dapat menambahkan gambar pada buku menu supaya buku menu tersebut semakin jelas dan menarik di mata pelanggan.

8. Kondisi fisik fasilitas memberikan kenyamanan

Kondisi fisik fasilitas di Rumah Makan Bu Eko seperti meja, kursi, bantal duduk, dan wastafel senantiasa dijaga keadaannya. Bu Eko senantiasa menggunakan meja dan kursi yang layak digunakan oleh pelanggan sehingga membuat pelanggan nyaman ketika menikmati hidangan.



Gambar 5.12 Kondisi Fisik Meja Dan Kursi

#### 9. Lingkungan rumah makan asri dan nyaman

Rumah Makan Bu Eko didesain dengan menonjolkan sisi keasrian lingkungan. Rumah makan ini dilengkapi dengan taman dimana pada taman ini terdapat cukup banyak tanaman, rumput serta dilengkapi dengan jalan setapak sehingga pelanggan bisa menikmati taman tersebut sembari berjalan di jalan setapak tersebut. Selain itu di dekat taman juga terdapat kolam yang berisi ikan koi. Di atas kolam dilengkapi dengan jembatan yang dapat digunakan oleh pelanggan untuk melewati kolam tersebut. Tidak jarang taman dan kolam tersebut digunakan untuk tempat berfoto oleh pelanggan.



Gambar 5.13 Taman Rumah Makan Bu Eko



Gambar 5.14 Kolam Ikan Rumah Makan Bu Eko

10. Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan Atribut ini berkaitan dengan kesesuaian antara gambar makanan dan minuman di buku menu dengan hidangan yang disajikan. Buku menu di Rumah Makan Bu Eko berisikan daftar masakan dan minuman beserta harga dari setiap masakan. Sebagian besar dari menu belum disertai gambar sehingga pelanggan hanya membaca nama makanan dan minuman saja. Saran dari penulis adalah hendaknya Rumah Makan Bu Eko menambahkan beberapa gambaran pada buku menu supaya ketika memesan makanan atau minuman pelanggan lebih mendapat gambaran tentang menu yang dipesan.

#### 11. Ketepatan jam buka dan jam tutup

Atribut ini berkaitan dengan ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan. Pada atribut ini terdapat keluhan dari pelanggan yaitu beberapa kali rumah makan tidak buka tepat waktu yaitu pukul 09.00. Hal ini membuat pelanggan kecewa ketika berkunjung ke rumah makan pada jam tersebut. Karena apabila pelanggan ke rumah makan pada jam 9 pagi dan rumah makan masih tutup maka hal itu akan sangat mengecewakan pelanggan bahkan tidak menutup kemungkinan pelanggan akan beralih rumah makan lain. Rumah Makan Bu Eko menerapkan sistem *last order* atau pemesanan terakhir. Pemesanan terakhir tersebut ditetapkan pada pukul 20.45 sehingga jam tutup rumah makan tidak terlalu lama dari jam tutup yang ditetapkan yaitu pukul 21.00 WIB.

#### 12. Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan

Kejelasan informasi adalah atribut yang berhubungan dengan cara penyampaian informasi rumah makan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Informasi tersebut seperti informasi tentang makanan, informasi tentang jam buka, informasi tentang kesediaan menu, dan informasi tentang letak fasilitas rumah makan. Salah satu informasi yang tidak dijelaskan dengan tepat yaitu tentang makanan yang berada di buku menu. Rumah Makan Bu Eko adalah rumah makan dengan menu andalan garang asem namun beberapa pelanggan ternyata belum mengetahui betul tentang masakan garang asem. Oleh karena itu pelanggan tersebut perlu penjelasan yang rinci dan tepat mengenai masakan garang asem namun ternyata beberapa pelanggan menjelaskan kurang tepat sehingga terjadi bias informasi. Untuk mengatasi permasalahan tersebut hendaknya manajemen melakukan pelatihan dengan menekankan pada aspek penyampaian informasi. Selain itu hendaknya ada semacam buku penjelasan tentang menu makanan dan minuman yang dapat dipelajari oleh karyawan.

### 13. Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan pelanggan

Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan pelanggan merupakan atribut yang berkaitan dengan ketepatan pelayan ketika mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan. Ketepatan yang dimaksud disini adalah pelayan secara benar dan tepat mengantarkan makanan serta minuman yang dipesan baik itu tepat dari segi jumlah, macam masakan ataupun permintaan khusus dari pelanggan. Memang dalam pelaksanaannya pernah terjadi beberapa masalah dimana pelayan mengantarkan makanan atau minuman tidak sesuai dengan pesanan pelanggan.

### 14. Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan

Pihak manajemen berusaha untuk selalu siap melayani segala permintaan pelanggan. Terutama sekarang tujuan dari Rumah Makan Bu Eko adalah mewujudkan pelayanan prima sehingga karyawan diminta manajemen untuk selalu siap melayani permintaan pelanggan. Permasalahan tentang kurang memuaskannya atribut ini dapat diatasi dengan menyediakan beberapa karyawan yang khusus melayani permintaan dan membantu pelanggan. Sehingga ketika dibutuhkan karyawan tersebut selalu siap sedia melayani pelanggan.

### 15. Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan

Dalam pelaksanaannya, kasir selalu diupayakan untuk melayani pelanggan dengan cepat. Nota pemesanan dari pelanggan sudah dipisah sebelumnya sehingga ketika pelanggan akan membayar maka pelanggan tersebut cukup perlu menyebutkan nomor meja saja. Namun ketika jumlah pelanggan membeludak maka antrian di kasir akan cukup panjang sehingga mengecewakan pelanggan yang antri membayar di kasir. Masalah di kasir ini dapat diatasi dengan menginstal sebuah software tertentu dimana setelah pelanggan order, nota orderan akan masuk ke dapur terus diserahkan ke kasir. Kemudian kasir memasukkan orderan ke software tersebut dengan nomor meja. Jadi ketika pelanggan membayar maka kasir tersebut cukup mengklik nomor meja di software tersebut dan akan keluar di komputer macam-macam pesanan beserta jumlah harga yang harus dibayarkan oleh pelanggan.

### 16. Kualitas produk dan jasa sesuai dengan harga

Harga di Rumah Makan Bu Eko sesuai dengan standard rumah makan pada umumnya. Bahkan bisa dibilang untuk beberapa menu harganya lebih murah jika dibandingkan dengan rumah makan lainnya. Ditambah lagi dengan adanya lingkungan asri yang dapat

dinikmati pelanggan secara langsung serta fasilitas tambahan seperti wifi maka harga yang ditawarkan oleh pihak rumah makan sudah cukup sesuai.

#### 17. Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk

Ketika datang di Rumah Makan Bu Eko pelanggan biasanya memilih tempat duduk sendiri. Hal ini mungkin tidak akan menjadi masalah ketika rumah makan tidak dalam kondisi ramai namun ketika dalam keadaan ramai maka hal ini akan menjadi masalah. Pelanggan akan bingung menentukan tempat duduk karena sebagian tempat duduk sudah ditempati oleh pelanggan lain. Atau biasanya jumlah tempat duduk yang tersisa kurang dari rombongan pelanggan yang datang. Sehingga rombongan pelanggan tersebut akan cukup bingung untuk menentukan tempat duduk. Permasalahan ini dapat diatasi dengan cara menyediakan satu atau dua pelayan yang bertugas untuk menyambut kedatangan pelanggan. Kemudian pelayan tersebut akan menanyakan jumlah pelanggan dan mengarahkan ke tempat duduk yang masih kosong.

#### 18. Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman

Pihak manajemen Rumah Makan Bu Eko mengatakan bahwa proses penyajian makanan dan minuman berkisar antara 20 sampai 30 menit. Namun untuk hari-hari tertentu seperti hari raya idul fitri dimana jumlah pelanggan membeludak sehingga proses penyajian membutuhkan waktu lebih lama. Hal ini dikarenakan antrian memasak di dapur yang semakin banyak. Pihak manajemen rumah makan juga mengatakan bahwa proses penyajian tidak bisa dipercepat karena hal itu akan mengurangi kualitas rasa dari masakan. Untuk mengatasi masalah lamanya proses penyajian pada hari-hari tertentu tersebut, pihak manajemen akan menghilangkan beberapa makanan yang dimana proses pengolahannya membutuhkan waktu lama. Sehingga dengan dihilangkannya makanan yang membutuhkan proses lama tersebut pelanggan akan memesan makanan yang membutuhkan proses penyajian cepat. Dengan demikian maka proses penyajian akan berjalan dengan lebih cepat. Namun ketika hari-hari biasa, menu makanan yang dihilangkan tersebut akan dikembalikan kembali.

#### 19. Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu

Atribut pelayanan ini berkaitan dengan kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu ketika pelanggan datang di rumah makan. Setelah berdiskusi dengan pihak manajemen memang terjadi beberapa kasus keterlambatan pelayan dalam memberikan daftar menu. Hal ini membuat pelanggan terkesan diabaikan oleh pelayan. Salah satu penyebab terjadinya masalah ini adalah pelayan masih sibuk mengerjakan tugasnya

masing-masing sehingga tidak mengetahui jika ada pelanggan yang datang. Permasalahan ini dapat diatasi dengan cara menyediakan satu atau dua pelayan yang bertugas untuk menyambut kedatangan pelanggan. Kemudian pelayan tersebut langsung memberikan buku menu di awal kedatangan pelanggan.

#### 20. Ketersediaan pelayan dalam memilih menu

Ketersediaan pelayan dalam memilih menu yaitu atribut yang berkaitan dengan adanya pelayan ketika pelanggan memilih menu. Dalam memilih menu beberapa pelanggan mungkin akan bertanya mengenai rasa makanan, isi makanan dan pertanyaan lain yang berkaitan dengan menu. Namun di Rumah Makan Bu Eko karyawan menunggu pelanggan yang memilih menu dari jauh. Sehingga ketika pelanggan akan bertanya sesuatu ke karyawan maka pelanggan tersebut harus memanggil karyawan yang posisinya cukup jauh dimana terkadang karyawan tersebut tidak mengetahui jika dirinya dipanggil oleh pelanggan sehingga pelanggan terabaikan cukup lama. Hal ini akan menjadi lebih baik apabila satu rombongan pelanggan ditemani oleh satu karyawan sehingga lebih memudahkan pelanggan ketika memilih menu.

#### 21. Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan

Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan adalah atribut yang berkaitan dengan kesigapan atau cekatannya pelayan dalam membantu pelanggan. Ketika berada di rumah makan beberapa pelanggan akan menemui beberapa kesulitan dalam menggunakan fasilitas rumah makan seperti wifi, toilet dan wastafel. Beberapa pelanggan juga membutuhkan tambahan piring atau sendok. Namun dalam pelaksanaannya karyawan kurang cekatan ketika pelanggan membutuhkan bantuan. Hal ini dikarenakan beberapa karyawan masih harus mengerjakan pekerjaan yang lain sehingga belum dapat membantu pelanggan dengan cepat. Permasalahan ini dapat diatasi dengan menyediakan beberapa karyawan yang khusus melayani komplain dan membantu pelanggan. Sehingga ketika dibutuhkan karyawan tersebut selalu siap dan cekatan.

#### 22. Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat

Pihak manajemen selalu berusaha menangani keluhan pelanggan secara cepat. Karena menurut manajemen keluhan atau kritik merupakan masukan yang membangun. Meminimasi keluhan pelanggan secara cepat juga menjadi fokus manajemen dalam melaksanakan tujuan rumah makan yaitu mewujudkan pelayanan prima. Namun sama dengan atribut-atribut lain, biasanya kinerja dari atribut ini tidak terlalu memuaskan



karena pelayan masih harus mengerjakan tugasnya masing-masing dan jumlah pengunjung yang membeludak. Solusi untuk permasalahan ini adalah menempatkan satu pelayan yang khusus untuk melayani keluhan pelanggan. Solusi lain adalah melatih pelayan untuk mengatasi keluhan pelanggan secara efektif sehingga keluhan tersebut dapat teratasi dengan cepat,

#### 23. Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten

Kualitas rasa makanan harus dijaga karena tujuan utama pelanggan datang ke rumah makan adalah untuk menikmati makanan tersebut. Salah satu makanan yang sangat dijaga kualitas rasanya adalah garang asem. Hal ini dikarenakan garang asem merupakan menu andalan dan menu yang paling sering dipesan oleh pelanggan. Setidaknya 500 bungkus garang asem terjual setiap harinya. Jumlah penjualan garang asem yang banyak tersebut menunjukkan bahwa rasa garang asem di Rumah Makan Bu Eko konsisten dan dapat memuaskan pelanggan. Minuman yang cukup sering dipesan oleh pelanggan yaitu beras kencur dan jus buah. Pihak Rumah Makan Bu Eko selalu menjaga kesegaran buah yang digunakan sehingga jus buah memiliki cita rasa yang konsisten. Namun adanya keluhan pada atribut ini menunjukkan bahwa rasa dari masakan yang disajikan beberapa kali tidak sesuai dengan lidah pelanggan. Oleh karena itu perlu ada solusi supaya rasa makanan yang disajikan selalu sesuai dengan lidah pelanggan.

#### 24. Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian

Rumah Makan Bu Eko senantiasa menjaga kepercayaan pelanggan salah satunya dengan melakukan tindakan perbaikan secara cepat ketika terjadi kelalaian. Salah satu bentuk kelalaian atau masalah yang pernah terjadi yaitu ketika bulan ramadhan nasi belum matang padahal adzan magrib sudah berkumandang. Pihak manajemen maka langsung meminta maaf kepada pelanggan dan kemudian membagikan beberapa takjil secara gratis kepada pelanggan dan kemudian melakukan beberapa cara supaya mendapatkan nasi untuk memenuhi permintaan pelanggan. Pihak manajemen juga memberi opsi kepada pelanggan untuk menunggu atau mencari tempat makan lain. Namun belakangan mulai muncul keluhan pada atribut ini. Hal ini harus cepat diatasi supaya kepercayaan dan kepuasan dari pelanggan dapat terjaga.

#### 25. Tidak menggunakan bahan baku berbahaya

Rumah Makan Bu Eko senantiasa menggunakan bahan baku yang aman untuk masakan dan minuman sehingga tidak membahayakan kesehatan pelanggan. Hal ini akan

membuat pelanggan lebih percaya pada rumah makan dan lebih nikmat ketika mencicipi menu di Rumah Makan Bu Eko.

#### 26. Lingkungan rumah makan aman

Keamanan dari rumah makan akan menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan. Apabila rumah makan aman maka pelanggan akan menikmati makanan dengan lebih tenang. Namun memang di Rumah Makan Bu Eko belum terdapat satpam yang bertugas menjaga keamanan lingkungan rumah makan. Rumah Makan Bu Eko yang terbuka dinilai sudah cukup untuk menjaga keamanan pelanggan. Selain itu pihak manajemen mengarahkan karyawannya untuk menjaga keamanan dan kejujuran bersama-sama.

#### 27. Makanan dan minuman yang disajikan halal

Atribut ini berkaitan dengan kehalalan menu yang disajikan di rumah makan. Atribut ini menjadi salah satu faktor penilaian di rumah makan karena mayoritas masyarakat di Kediri beragama Islam sehingga pelanggan di Rumah Makan Bu Eko mayoritas juga beragama Islam. Dalam pelaksanaannya pihak Rumah Makan Bu Eko selalu menggunakan bahan-bahan yang halal. Selain itu proses pengadaan bahan baku juga mengutamakan kejujuran sehingga dapat dikatakan bahwa Rumah Makan Bu Eko cukup baik dalam hal kehalalan.

#### 28. Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan

Pelayan di Rumah Makan Bu Eko dapat merekomendasikan beberapa menu favorit selain garang asem sebagai menu andalan kepada pelanggan. Pelanggan juga akan lebih terpuaskan apabila pelayan hafal dengan menu favorit pelanggan tersebut. Pelanggan akan merasa lebih diperhatikan dan empati antara kedua belah terjalin dengan baik.

#### 29. Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan

Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan berkaitan dengan cara berkomunikasi antara pelayan dengan pelanggan.. Salah satu kunci kesuksesan perusahaan jasa adalah komunikasi yang baik antara perusahaan tersebut dengan pelanggannya. Rumah Makan Bu Eko senantiasa menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggannya.

#### 30. Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan

Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan berkaitan dengan bagaimana karyawan melakukan pelanggan secara halus, sopan dan ramah. Masalah pada atribut kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan ini

tidak berbeda jauh dengan masalah pada atribut komunikasi antara pelayan dengan pelanggan. Ketika karyawan merasa lelah maka karyawan akan melayani pelanggan dengan muka datar atau kurang senyum sehingga pelanggan merasa bahwa karyawan melayani dirinya dengan tidak ramah.

## 1.2 Analisa Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui akurat tidaknya kuesioner yang disebarkan. Pada penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *pearson product moment correlation*, dengan menghitung koefisien antara skor tiap atribut untuk setiap responden dengan skor total jawaban dari masing-masing responden. Terdapat empat macam pertanyaan yang harus diuji kevalidannya pada penelitian ini yaitu pertanyaan pada kuesioner kepuasan pelanggan, pertanyaan harapan pelanggan, pertanyaan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko dibandingkan dengan Rumah Makan Bu Lanny, dan pertanyaan pada kuesioner kepuasan pelanggan Rumah Makan Bu Lanny dibandingkan dengan Rumah Makan Bu Eko. Namun demikian nilai  $r_{tabel}$  pada keempat uji validitas tersebut sama yaitu sebesar 0,231. Hal ini dikarenakan jumlah responden dari keempat kuesioner tersebut sama yaitu sebanyak 75 responden. Setelah dilakukan uji validitas ternyata hasil menunjukkan bahwa tidak ada atribut yang memiliki nilai  $r_{hitung}$  dibawah nilai  $r_{tabel}$  sehingga dapat dikatakan bahwa atribut yang telah dilakukan uji validitas semuanya valid. Hal ini berarti bahwa kuesioner yang dibagikan kepada responden akurat.

## 1.3 Analisa Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan nilai yang menunjukkan tingkat kepercayaan atau kehandalan dari sebuah kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *cronbach's alphas* dengan nilai  $r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 0,231. Setelah dilakukan uji reliabilitas, hasil menunjukkan bahwa semua jenis pertanyaan memiliki nilai *cronbach's alphas* lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r_{tabel}$ . Pertanyaan kepuasan pelanggan memiliki nilai *cronbach's alphas* sebesar  $0,851 > 0,231$ . Pertanyaan harapan pelanggan memiliki nilai *cronbach's alphas* sebesar  $0,859 >$

0,231. Pertanyaan perbandingan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko memiliki nilai *cronbach's alphas* sebesar  $0,396 > 0,231$ . Pertanyaan perbandingan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Lanny memiliki nilai *cronbach's alphas* sebesar  $0,29 > 0,231$ . Artinya kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan reliabel dan stabil sehingga kuesioner tersebut dapat dipercaya dan diandalkan.

#### **1.4 Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index (CSI)* merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan penyedia jasa. Pengukuran CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran-sasaran perusahaan di tahun-tahun mendatang. Setelah dilakukan penelitian dan perhitungan CSI terhadap atribut pelayanan di Rumah Makan Bu Eko, diketahui bahwa nilai CSI yang dihasilkan yaitu sebesar 78,24%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Rumah Makan Bu Eko secara keseluruhan sudah baik. Kepuasan pelanggan yang sudah baik tersebut didasarkan pada tabel Interpretasi Customer Satisfaction Index yang menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh pada penelitian ini berada pada rentang 66% - 80%. Hal ini berarti pelanggan sudah merasa puas dengan kinerja pelayanan di Rumah Makan Bu Eko. Namun demikian nilai CSI sebesar 78,24% tersebut sejatinya dapat ditingkatkan lagi sampai CSI bernilai maksimal sehingga pelanggan merasa sangat puas terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bu Eko.

#### **1.5 Analisa Hasil Service Quality (Servqual)**

Nilai *Service Quality (Servqual)* menunjukkan apakah kinerja pelayanan sebuah perusahaan penyedia jasa sudah mampu memenuhi harapan pelanggan atau belum. Perhitungan nilai servqual dilakukan dengan mengurangi nilai persepsi dengan nilai harapan pelanggan. Sehingga apabila atribut pelayanan bernilai negatif maka kinerja pelayanan sebuah perusahaan belum sesuai dengan harapan pelanggan. Sebaliknya apabila atribut pelayanan bernilai positif maka kinerja pelayanan sebuah perusahaan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Dari hasil perhitungan servqual

pada bab sebelumnya, dapat diketahui bahwa dimensi dengan nilai gap terkecil yaitu dimensi *assurance* (jaminan) dengan nilai gap sebesar 0,11. Sedangkan atribut yang memiliki nilai *servqual* atau gap positif paling tinggi yaitu atribut “makanan dan minuman yang disajikan halal”. Hal ini menunjukkan bahwa menurut harapan dan persepsi pelanggan, jaminan makanan dan minuman halal merupakan atribut yang paling memuaskan dibandingkan dengan atribut lainnya. Makanan dan minuman yang terjamin halal tersebut membuat pelanggan yang khususnya beragama islam lebih nyaman dan tenang ketika menikmati hidangan tersebut.

Dimensi yang memiliki nilai gap paling tinggi yaitu dimensi *empathy* (empati) dengan nilai gap sebesar -0,422. Sedangkan atribut yang memiliki nilai *servqual* atau gap paling negatif paling tinggi adalah atribut “kesediaan pelayan dalam memilih menu” yaitu sebesar -0,57. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Rumah Makan Bu Eko dalam hal tersedianya pelayan ketika membantu memilih menu paling tidak memuaskan jika dibandingkan dengan atribut-atribut pelayanan lainnya. Namun secara keseluruhan dengan melihat hasil perhitungan *servqual* tiap atribut yang masih bernilai negatif menunjukkan bahwa pelayanan rumah makan belum cukup memuaskan para pelanggan atau kualitas pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan. Meskipun nilai gap sangat kecil (dibawah 1), kondisi tersebut menunjukkan masih perlu adanya perbaikan kualitas pelayanan yang diberikan Rumah Makan Bu Eko supaya mencapai kualitas pelayanan yang prima.

### **1.6 Analisa *Quality Function Development* (QFD)**

*Quality Function Deployment* (QFD) merupakan pendekatan sistematis yang menentukan tuntutan atau permintaan pelanggan kemudian menerjemahkan tuntutan tersebut secara akurat ke dalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan produksi yang tepat (Wijaya 2011). *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan sebuah metode yang menentukan permintaan pelanggan kemudian permintaan atau kebutuhan pelanggan tersebut diterjemahkan ke dalam desain teknis. Pada metode QFD akan disusun *House Of Quality* (HOQ). HOQ akan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke desain teknis serta mengetahui posisi pelanggan dibandingkan dengan pesaing. Berikut adalah pembahasan langkah HOQ yang telah dilakukan di Rumah Makan Bu Eko.

### 1.6.1 Menentukan *Customer needs*

*Customer needs* sering juga disebut dengan *voice of customer* (VOC). Item ini mengandung hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen dan masih bersifat umum, sehingga sulit untuk langsung diimplementasikan. *Customer needs* dapat dilakukan melalui penelitian terhadap keinginan konsumen. Pada penelitian ini *customer needs* diperoleh melalui analisis keluhan pelanggan dan atribut yang menjadi harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko. Atribut-atribut yang menjadi harapan pelanggan akan diolah menggunakan metode QFD supaya diperoleh solusi unik sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat. Atribut-atribut dalam kuadran B yang menjadi *customer needs* tersebut yaitu :

- a. Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman
- b. Ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan pelanggan
- c. Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian
- d. Tersedianya lingkungan rumah makan asri dan nyaman
- e. Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan
- f. Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten
- g. Ketepatan jam buka dan jam tutup

### 1.6.2 Menentukan *Importance Rating* (IR)

*Importance rating* (IR) merupakan bobot kepentingan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang telah didapatkan di kuesioner tertutup pertama dibagikan kepada pelanggan. Hasil rekapitulasi dari kuesioner tersebut menunjukkan bahwa atribut yang mendapatkan bobot kepentingan dengan nilai tertinggi adalah ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan yang dipesan oleh pelanggan dan atribut ketepatan jam buka dan jam tutup dimana kedua atribut tersebut memiliki nilai IR sebesar 4,37. Artinya menurut pelanggan ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan yang dipesan oleh pelanggan serta ketepatan jam buka dan jam tutup merupakan atribut pelayanan yang paling penting.

Atribut kedua yang dinilai penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di rumah makan adalah lingkungan rumah makan asri dan nyaman dengan nilai IR sebesar 4,33. Tidak dapat dipungkiri bahwa suasana rumah makan yang asri dengan

adanya taman dan kolam ikan akan membuat pelanggan lebih nyaman ketika menikmati hidangan rumah makan. Hal ini berarti pihak manajemen hendaknya mendesain lingkungan rumah makan yang asri untuk pelanggan.

Selanjutnya terdapat atribut kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan dengan nilai IR sebesar 4,21. Atribut ini akan membuat komunikasi antara pelayan dan pelanggan dapat terjalin dengan baik. Atribut dengan nilai IR terbesar berikutnya adalah kualitas rasa makanan konsisten dengan nilai IR sebesar 4,2. Kualitas rasa makanan yang konsisten atau tidak berubah tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menikmati makanan tersebut.

Atribut berikutnya yang dinilai penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu adanya ganti rugi dengan nilai IR sebesar 4,16. Adanya ganti rugi ketika terjadi kelalaian tentunya merupakan suatu hal yang diharapkan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa rumah makan bertanggung jawab terhadap kesalahan yang telah diperbuat. Atribut selanjutnya yang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman dengan nilai IR sebesar 4,15. Proses penyajian makanan yang cepat akan membuat pelanggan lebih terpuaskan. Atribut dengan nilai IR terkecil yaitu atribut penampilan karyawan rapi. Meskipun memiliki nilai IR kecil namun atribut ini harus tetap diperhatikan karena apabila karyawan berpenampilan rapi maka karyawan tersebut akan lebih enak dipandang oleh pelanggan.

### **1.6.3 Menerjemahkan *Customer Needs* ke dalam *Technical Requirement***

*Technical requirement* merupakan penerjemah kebutuhan pelanggan dalam bentuk teknis agar desain perbaikan suatu pelayanan dapat diimplementasikan secara langsung. *Technical requirement* pada penelitian ini ditentukan dengan mempertimbangkan aspek keunikan pelayanan. Hal ini dilakukan supaya *technical requirement* yang terbentuk berbeda dan dapat memenuhi harapan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko. Atribut kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman memiliki satu *technical requirement* yaitu pengurangan rasa menunggu pelanggan. Proses penyajian rumah makan tidak bisa dipercepat karena apabila dipercepat maka akan mengubah cita rasa makanan. Jadi untuk yang bisa dilakukan adalah dengan mengurangi rasa menunggu pelanggan supaya

pelanggan tidak merasa menunggu terlalu lama. Atribut ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan memiliki *technical requirement* yaitu sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar. *Technical requirement* tersebut dibuat dengan tujuan supaya ada suatu upaya ganti rugi dari pihak rumah makan ketika terjadi kesalahan dalam mengantarkan pesanan sehingga pelanggan tidak merasa terlalu kecewa. Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian memiliki satu *technical requirement* yaitu garansi anti kekecewaan pelanggan. Garansi yang dimaksud adalah pihak rumah makan menjamin bahwa akan bertanggung jawab sepenuhnya apabila terjadi kelalaian seperti makanan bau, tidak bersih atau tidak sesuai pesanan.

Pada atribut penampilan karyawan rapi terbentuk satu *technical requirement* yaitu desain pakaian karyawan atau desain seragam yang wajib dikenakan oleh pelanggan. Karyawan di Rumah Makan Bu Eko sejatinya sudah mengenakan seragam namun nantinya seragam tersebut akan didesain lebih unik supaya lebih menarik di mata pelanggan. Atribut tersedianya fasilitas pendukung ditetapkan satu *technical requirement* yaitu penambahan fasilitas pendukung. Beberapa fasilitas pendukung yang sudah ada di Rumah Makan Bu Eko yaitu wifi, toilet, mushola, bantal duduk, dan tisu. Namun pihak Rumah Makan Bu Eko dapat menambah beberapa fasilitas pendukung agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Atribut tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman memiliki satu *technical requirement* yaitu desain lingkungan rumah makan asri. Lingkungan rumah makan dapat didesain dengan menambahkan beberapa ornamen serta mengatur dekorasi taman dan kolam ikan supaya terasa lebih asri dan alami. Atribut kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan memiliki satu *technical requirement* yaitu penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi. Desain *technical requirement* ini bertujuan supaya pelanggan mendapatkan kesan yang ramah dari pelayan saat datang dan meninggalkan rumah makan. Kualitas rasa makanan dan minuman konsisten memiliki dua *technical requirement* yaitu jaminan kualitas rasa makanan dan minuman serta cara pengolahan masakan. *Technical requirement* jaminan kualitas rasa makanan dan minuman bertujuan supaya di Rumah Makan Bu Eko terdapat suatu sistem yang dapat menjamin bahwa rasa masakan yang disajikan terasa nikmat di lidah pelanggan. *Technical requirement* cara pengolahan masakan bertujuan supaya masakan yang disajikan di Rumah Makan Bu Eko tidak hanya memiliki rasa yang enak namun juga memiliki efek positif lain yaitu sehat di badan pelanggan. Atribut ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan



memiliki satu *technical requirement* yaitu modifikasi jam buka rumah makan. Pelaksanaan dari *technical requirement* ini yaitu melakukan perubahan pada jam buka sedangkan untuk jam tutup tidak dirubah.

#### **1.6.4 Menentukan *Relationship* (Hubungan Kebutuhan Pelanggan dengan Kebutuhan Teknis)**

Tabel *Relationship* digunakan untuk mengetahui hubungan antara atribut yang dipilih oleh konsumen dengan atribut dalam bentuk teknisnya agar sebuah produk dapat dibentuk secara langsung. Pada tahap ini, dilakukan analisis hubungan dinyatakan dalam tiga kunci utama yang berbentuk seperti ● yang berarti kuat, ○ yang berarti sedang, dan ▲ yang berarti lemah.

Dari gambar HOQ yang telah dibuat, dapat dijelaskan bahwa terdapat tujuh kebutuhan yang memiliki hubungan kuat.

a. Hubungan antara kecepatan penyajian dengan pengurangan rasa menunggu pelanggan

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa mempercepat proses penyajian sulit untuk dilakukan. Hal yang bisa dilakukan oleh rumah makan bukanlah mempercepat proses penyajian makanan atau minuman namun mengurangi rasa menunggu pelanggan. Apabila pelanggan merasa bahwa waktu menunggu penyajian makanan atau minuman tidak lama maka hal tersebut akan membuatnya merasa sangat puas.

b. Hubungan antara ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan dengan sistem ganti rugi ketika salah antar

Salah satu bentuk kelalaian dari proses pelayanan yang dikeluhkan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko yaitu kesalahan dalam mengantarkan menu yang dipesan oleh pelanggan. Sehingga perlu ada suatu sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar pesanan supaya pelanggan tidak terlalu kecewa. Hal ini berarti jika sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar pesanan diterapkan maka akan memberi pengaruh cukup berarti untuk kepuasan pelanggan.

c. Hubungan antara adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dengan garansi anti kekecewaan

Ganti rugi atas terjadinya kelalaian merupakan bentuk tanggung jawab pihak rumah makan. Dengan menggaransi proses pelayanan dengan ganti rugi maka pelanggan akan lebih percaya terhadap rumah makan. Artinya sedikit perubahan pada sistem ganti rugi akan berpengaruh besar pada kepuasan pelanggan.

d. Hubungan antara lingkungan rumah makan asri dan nyaman dengan desain lingkungan asri

Desain lingkungan yang asri akan membuat sebuah rumah makan terasa lebih sejuk. Apalagi konsep dari Rumah Makan Bu Eko adalah menonjolkan sisi keasriannya dengan menambahkan taman serta kolam ikan dan air terjun. Adanya sedikit perubahan pada desain lingkungan supaya lebih asri akan membuat pelanggan semakin terpuaskan.

e. Hubungan antara kesopanan dan keramahan pelayan dengan penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi

Salah satu bentuk upaya supaya pelayan terlihat sopan dan ramah di mata pelanggan adalah dengan cara memberi sambutan kepada pelanggan ketika datang dan pergi. Apabila pelayan terlihat sopan dan ramah di mata pelanggan maka empati antara pelanggan dengan pelayan akan terjalin lebih baik. Sehingga dengan penerapan *technical requirement* ini akan membuat pelanggan semakin terpuaskan.

f. Hubungan antara kualitas rasa konsisten dengan jaminan kualitas rasa hidangan

Rumah Makan Bu Eko selalu berusaha menyajikan hidangan yang enak. Namun terkadang rasa enak tersebut dirasakan tidak sesuai dengan lidah pelanggan. Sehingga perlu ada suatu sistem yang dapat menjamin kualitas rasa hidangan. Adanya jaminan ini diharapkan rasa hidangan dapat selalu sesuai dengan lidah pelanggan sehingga kepuasan pelanggan akan cita rasa masakan yang disajikan dapat meningkat.

g. Hubungan antara lingkungan rumah makan asri dan nyaman dengan pengurangan rasa menunggu pelanggan

Desain lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman akan mempengaruhi rasa menunggu pelanggan. Ketika menunggu penyajian masakan, pelanggan dapat menikmati lingkungan rumah makan yang asri dengan berfoto di taman dan bermain di kolam ikan sehingga tidak merasa bosan. Artinya hubungan kedua atribut ini akan memberikan dampak cukup besar pada kepuasan pelanggan.

Selanjutnya terdapat tujuh hubungan sedang antara *customer requirement* dan *technical requirement* yaitu :

- a. Hubungan antara ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan dengan garansi anti kekecewaan

Salah satu bentuk kelalaian proses pelayanan yang dikeluhkan oleh pelanggan adalah adanya kesalahan dalam mengantarkan pesanan. Kelalaian proses pelayanan tersebut dapat diatasi dengan adanya ganti rugi kekecewaan pelanggan.

- b. Hubungan antara adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dengan sistem ganti rugi ketika salah antar

Salah satu bentuk adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian yaitu dengan adanya sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar. Adanya sistem ganti rugi tersebut akan membuat pelanggan tidak merasa terlalu kecewa ketika terjadi kelalaian dalam proses pelayanan seperti kesalahan dalam mengantarkan pesanan pelanggan.

- c. Hubungan antara kesopanan dan keramahan pelayan dengan pengurangan rasa menunggu pelanggan

Ketika proses memasak cukup lama maka akan membuat pelanggan menunggu lebih lama. Hal ini juga membuat pelanggan merasa lebih bosan dan lebih cepat emosi. Sehingga pelayan harus lebih sopan dan ramah dalam menghadapi pelanggan. Penerapan hubungan ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

- d. Hubungan antara kesopanan dan keramahan pelayan dengan sistem ganti rugi ketika salah antar

Ketika terjadi kelalaian dalam proses pelayanan seperti kesalahan dalam mengantarkan pesanan maka pelanggan akan merasa kesal. Sehingga pelayan perlu menyikapi kelalaian ini dengan cara bersikap lebih sopan dan lebih ramah kepada pelanggan. Penerapan hubungan ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

- e. Hubungan antara kesopanan dan keramahan pelayan dengan garansi anti kekecewaan  
Ketika terjadi kelalaian dalam proses pelayanan maka pelanggan akan merasa kesal. Sehingga pelayan perlu menyikapi kelalaian ini dengan cara bersikap lebih sopan dan lebih ramah kepada pelanggan. Penerapan hubungan ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

- f. Hubungan antara kualitas rasa konsisten dengan cara pengolahan masakan

Salah satu bentuk pengendalian rasa yang konsisten adalah dengan cara pengolahan masakan. Cara pengolahan masakan yang baik dan terus dipertahankan akan membuat

cita rasa dari sebuah makanan terjaga. Karena tujuan utama pelanggan datang ke rumah makan adalah untuk menikmati makanan maka cara pengolahan masakan untuk membuat cita rasa konsisten adalah hal yang sangat penting. Oleh karena itu apabila kualitas rasa dapat konsisten atau tidak berubah maka akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

g. Hubungan antara ketepatan jam buka dan jam tutup dengan modifikasi jam buka  
Bentuk teknis dari ketepatan jam buka dan jam tutup adalah dengan adanya modifikasi jam buka. Targetnya nanti yaitu memajukan jam buka rumah makan. Namun adanya modifikasi jam buka ternyata tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan secara besar. Hal ini dikarenakan selama ini pelanggan sudah terbiasa dengan jam buka Rumah Makan Bu Eko pada pukul 09.00 WIB.

### 1.6.5 Menentukan Target

Target merupakan bentuk penerapan dari *technical requirement* yang terbentuk pada sebuah produk. Berikut adalah penjelasan dari setiap target :

#### a. Memberikan camilan rujak buah kepada pelanggan

Bentuk penerapan dari *technical requirement* pengurangan rasa menunggu pelanggan adalah dengan memberikan camilan rujak buah kepada pelanggan. Menunggu proses penyajian makanan dan minuman yang terlalu lama dapat membuat pelanggan merasa bosan dan kecewa. Oleh karena itu perlu adanya tindakan supaya pelanggan merasa tidak terlalu lama untuk menunggu. Tindakan tersebut adalah dengan memberikan camilan rujak buah.

Sistem pelaksanaannya yaitu ketika pelanggan sudah selesai memesan menu maka pelayan akan mengestimasi proses penyajian makanan dan minuman yang dipesan. Apabila setelah diestimasi ternyata proses penyajian makanan dan minuman membutuhkan waktu yang lama maka sekitar 7 sampai 10 menit kemudian pelanggan tersebut akan diberikan beberapa porsi camilan rujak buah. Rujak buah tersebut dilengkapi dengan sambal yang tidak terlalu pedas supaya perut pelanggan tidak perih. Pemilihan rujak buah disini adalah supaya rujak buah tersebut dapat dinikmati oleh pelanggan tanpa merasa terlalu kenyang. Karena apabila camilan yang diberikan sudah

membuat kenyang maka pelanggan tidak akan terlalu menikmati makanan yang sudah dipesan. Rujak buah tersebut rencananya juga akan dijual di rumah makan dalam bentuk kemasan. Harga jualnya dibuat tidak murah supaya pelanggan menyadari bahwa apa yang diberikan kepada pelanggan ketika menunggu penyajian merupakan sesuatu yang tidak murah.

b. Menu yang salah antar secara gratis diberikan kepada pelanggan

Kelalaian merupakan kesalahan yang tidak sengaja terjadi dalam proses pelayanan. Meskipun pihak rumah makan sudah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan namun kelalaian bisa saja terjadi tanpa disengaja. Salah satu bentuk kelalaian yang dikeluhkan di Rumah Makan Bu Eko adalah adanya kesalahan dalam mengantarkan menu yang dipesan oleh pelanggan. Jadi misalnya seorang pelanggan memesan Garang Asem Ayam namun yang datang Ayam Bakar maka hal ini secara tidak langsung akan membuat pelanggan kesal dan kecewa. Sehingga perlu ada suatu solusi yang dapat memperbaiki kelalaian tersebut. Solusi yang ditemukan pada penelitian ini untuk kesalahan dalam mengantarkan menu yang dipesan pelanggan yaitu memberikan menu yang salah antar secara gratis kepada pelanggan. Jadi untuk penerapannya yaitu ketika pelayan menyajikan hidangan kemudian pelanggan mengatakan bahwa tidak memesan menu yang disajikan tersebut melainkan menu yang lain maka pelayan akan langsung melihat list pesanan pelanggan tersebut. Apabila memang terjadi kesalahan dalam menyajikan menu yang dipesan oleh pelanggan maka pelayan akan mengatakan bahwa menu yang salah antar tersebut dapat dinikmati pelanggan secara gratis dan meminta kepada pelanggan untuk bersabar menunggu menu yang dipesannya untuk disajikan.

c. Pemberian voucher diskon kepada pelanggan

Kelalaian merupakan kesalahan yang tidak sengaja terjadi dalam proses pelayanan. Meskipun pihak rumah makan sudah berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan namun kelalaian bisa saja terjadi tanpa disengaja. Kelalaian di rumah makan dapat bermacam-macam bentuknya seperti masakan yang tidak bersih, bau, ada benda asing dan sebagainya. Adanya kelalaian tersebut tentunya akan membuat pelanggan merasa kecewa dan dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Sehingga perlu ada solusi yang dapat mengganti rugi rasa kecewa pelanggan. Solusi yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu pemberian *voucher* diskon kepada pelanggan. Jadi untuk pelanggan yang secara tidak sengaja terkena kesalahan dari pihak rumah makan maka

akan diberikan *voucher* diskon untuk kunjungan berikutnya. *Voucher* diskon tersebut diberikan ketika pelanggan membayar di kasir. Diharapkan dengan pemberian *voucher* diskon tersebut pelanggan tidak terlalu kecewa dan kepuasannya dapat terjaga.

d. Desain taman bersih dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penambahan lilin kayu alami

Bentuk penerapan dari *technical requirement* desain lingkungan rumah makan asri adalah tempat duduk outdoor dengan lampu taman dan dikelilingi kolam ikan. Jadi untuk bagian taman dapat ditambahkan dengan kursi dan meja bundar dimana atapnya berupa payung besar sehingga pelanggan tidak merasa panas ketika menikmati makanan. Dengan penambahan blok outdoor ini pelanggan akan lebih merasa nyaman karena bisa menikmati makanan di tengah taman. Selain itu taman tersebut akan ditambahkan lampu taman berbentuk bulat. Tempat makan outdoor tersebut akan dikelilingi oleh kolam ikan. Ikan yang diisikan ke dalam kolam adalah ikan koi warna-warni sehingga menarik pelanggan. Kolam ikan dibuat terlalu dalam supaya lebih aman untuk pelanggan terlebih pelanggan yang masih kecil. Selain itu di beberapa titik di sekitar kolam akan disediakan makanan ikan sehingga pelanggan bisa menikmati kolam dengan memberikan makanan ke ikan. Kemudian juga akan ditambahkan air terjun supaya dapat menguatkan kesan asri yang dibangun di rumah makan. Selain itu karena ada keluhan dari pelanggan terkait dengan banyaknya serangga maka perlu disediakan lilin di meja tempat makan. Lilin tersebut diletakkan dalam potongan kayu supaya lilin tidak ganya berfungsi mengusir serangga, namun juga dapat menguatkan kesan alami.

e. Ucapan selamat datang dan selamat tinggal dalam bahasa Jawa kepada pelanggan

Bentuk implementasi dari *technical requirement* penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi adalah dengan memberikan ucapan selamat datang dan selamat tinggal dalam bahasa Jawa kepada pelanggan. Pada dasarnya target ini muncul karena adanya keluhan dari pelanggan yaitu pelayan tidak ramah sehingga perlu ada solusi supaya pelayan dapat memperlakukan pelanggan dengan lebih ramah. Oleh karena itu dibuat solusi unik yaitu ketika pelanggan datang maka seluruh pelayan akan meneriakkan “sugeng rawuh” yang artinya selamat datang kepada pelanggan. Ucapan selamat datang dalam bahasa Jawa ini akan memberikan kesan yang baik dari pelanggan ketika memasuki rumah makan. Selain itu juga ketika pelanggan pergi maka seluruh pelayan akan meneriakkan

“matur nuwun lan atos-atos” yang berarti terima kasih dan hati-hati. Hal ini supaya ketika meninggalkan rumah makan, pelanggan merasa diperhatikan oleh pelayan.

f. Pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti menu yang sesuai dengan lidah pelanggan

Rumah Makan Bu Eko selalu berusaha menyajikan hidangan yang enak. Namun terkadang rasa enak tersebut dirasakan tidak sesuai dengan lidah pelanggan. Sehingga perlu ada suatu sistem yang dapat menjamin kualitas rasa hidangan. Pada target ini akan dirancang sebuah solusi yang menjamin bahwa apabila pelanggan kecewa dengan rasa masakan yang disuguhkan seperti keasinan, kurang pedas maka pelanggan tersebut dapat meminta tambahan bumbu. Garansi itu akan dipampang dalam bingkai di dinding. Selain itu garansi tersebut juga dapat disampaikan oleh pelayan ketika pesanan disajikan. Selain itu pelanggan juga dapat meminta untuk menukar menu apabila rasa hidangan yang disajikan rasanya terlalu jauh dari seleranya.

g. Jam buka pada pukul 06.00 WIB dengan menu sarapan

Bentuk implementasi dari *technical requirement* modifikasi jam buka rumah makan adalah dengan mengubah jam buka rumah makan menjadi pukul 06.00 WIB dengan menu sarapan. Jadi rumah makan yang sebelumnya baru buka pada pukul 09.00 WIB dimajukan menjadi 06.00 WIB. Adanya perubahan jam buka tersebut diikuti dengan sedikit perubahan pada menu. Rumah Makan Bu Eko akan menyediakan menu sarapan pada pukul 06.00 sampai pukul 09.00 WIB. Menu sarapan tersebut yaitu nasi pecel, nasi tumpang dan soto ayam. Dengan adanya perubahan ini diharapkan pelanggan tidak hanya datang pada pukul 09.00 untuk menikmati menu rumah makan seperti biasanya. Namun juga dapat menikmati sarapan di Rumah Makan Bu Eko dengan menu makanan khas Jawa Timur.

h. Menggunakan cara memasak yang memprioritaskan kesehatan

Bentuk penerapan dari *technical requirement* cara pengolahan masakan adalah memasak dengan cara yang memprioritaskan kesehatan. Untuk menemukan solusi ini penulis melakukan wawancara dengan beberapa pelanggan yang memiliki penyakit tertentu seperti kolestrol sehingga tidak sembarangan dalam memilih tempat makan. Sehingga perlu adanya upaya dari pihak rumah makan untuk menggunakan cara

memasak yang memprioritaskan kesehatan pelanggan. Salah satu cara mengolah masakan yang sehat adalah dengan merebus bahan baku seperti buntut dan iga yang memiliki lemak berlebih sampai satu atau dua kali. Jadi buntut dan iga direbus kemudian air rebusan satu tersebut dibuang. Kemudian iga dan buntut direbus lagi dengan kaldu daging. Sedangkan untuk jeroan direbus satu kali, kemudian air rebusan tersebut dibuang. Hal ini dilakukan untuk mengurangi lemak dan zat-zat lain yang dapat menyebabkan kolestrol dan asam urat. Cara memasak tersebut juga harus dipertahankan supaya cita rasa konsisten.

### 1.6.6 Analisa Matriks Korelasi

Matriks korelasi terletak diatas matriks *House of Quality* yang merupakan atap dan penentu dari struktur hubungan setiap item *How*. Berikut adalah penjelasan dari matriks korelasi yang terbentuk pada HOQ Rumah Makan Bu Eko.

a. Hubungan antara pengurangan rasa menunggu pelanggan dengan desain lingkungan asri

Hubungan antara pengurangan rasa menunggu pelanggan dengan desain lingkungan asri positif. Artinya apabila desain lingkungan asri disusun dengan baik maka pengurangan rasa menunggu pelanggan juga semakin baik. Hal ini dikarenakan tujuan utama dari desain lingkungan asri adalah untuk membuat pelanggan merasa nyaman dengan menikmati lingkungan asri tersebut. Dengan menikmati lingkungan asri tersebut diharapkan dapat mengurangi rasa bosan pelanggan ketika menunggu proses penyajian hidangan.

b. Hubungan antara sistem garansi ketika terjadi salah antar dengan garansi anti kekecewaan

Hubungan antara sistem garansi ketika terjadi salah antar dengan garansi anti kekecewaan positif. Artinya apabila kualitas dari sistem garansi sistem garansi baik maka kualitas garansi anti kekecewaan juga semakin baik. Hal ini dikarenakan dua hal tersebut merupakan solusi untuk mengobati rasa kecewa pelanggan atas terjadinya kelalaian dari pihak rumah makan. Sehingga kedua sistem garansi tersebut akan saling mendukung dalam proses pelayanan yang diberikan oleh pihak rumah makan.



a. Hubungan antara garansi anti kekecewaan dengan jaminan kualitas rasa hidangan  
 Hubungan antara garansi anti kekecewaan dengan jaminan kualitas rasa hidangan positif. Artinya apabila kualitas dari sistem garansi anti kekecewaan baik maka jaminan kualitas rasa hidangan juga semakin baik. Hal ini dikarenakan kedua hal tersebut merupakan solusi untuk mengobati rasa kekecewaan pelanggan. Sehingga kualitas kedua hal tersebut akan saling mendukung untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Hubungan antara jaminan kualitas rasa hidangan dengan cara pengolahan masakan  
 Hubungan antara jaminan kualitas rasa hidangan dengan cara pengolahan masakan negatif. Artinya apabila kualitas cara pengolahan masakan meningkat maka kualitas jaminan kualitas rasa hidangan akan menurun. Hal ini dikarenakan apabila cara pengolahan masakan selalu terstandarisasi dengan baik maka kualitas rasa masakan yang dihasilkan akan konsisten. Sehingga pelanggan tidak akan banyak mengeluh tentang rasa masakan yang tidak sesuai standar dan membuat pihak rumah makan tidak perlu melakukan upaya untuk mengobati kekecewaan pelanggan atas rasa hidangan yang tidak sesuai standar.

#### **1.6.7 Menentukan Nilai *Sales Point***

*Sales point* merupakan atribut yang menjadi keunggulan rumah makan dan dapat berpengaruh pada peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang dinilai akan menjadi keunggulan yaitu kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman lingkungan rumah makan asri dan nyaman, dan kualitas rasa makanan dan minuman konsisten. Pada penelitian ini atribut yang merupakan *sales point* akan diberi nilai 1,2 sehingga nilai *sales point*-nya lebih besar dibandingkan atribut yang bukan *sales point* yaitu bernilai 1.

#### **1.6.8 *Customer Competitive Evaluation***

Pada *customer competitive evaluation* terdapat kolom *goal* dimana kolom *goal* tersebut berisikan nilai target yang ingin dicapai dalam pengembangan yang akan dilakukan. Pada kolom *goal* ini, penentuan nilai target merupakan subjektif dari pemilik Rumah Makan Bu Eko. Target dari pemilik rumah makan adalah semua atribut dapat bernilai

maksimal yaitu lima. Hal ini tidak terlepas dari tujuan Rumah Makan Bu Eko saat ini adalah mewujudkan layanan prima untuk pelanggan.

### **1.6.9 Improvement Ratio**

Perhitungan *improvement ratio* dilakukan dengan cara membagi nilai goal dengan kondisi dimana kualitas pelayanan rumah makan sekarang berada. Kondisi rumah makan sekarang diperoleh melalui *customer competitive evaluation* pada Rumah Makan Bu Eko pada kuesioner tertutup kedua. Nilai *improvement ratio* terbesar terdapat pada atribut kecepatan pelayan dengan nilai sebesar 1,33. Selanjutnya terdapat atribut adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dengan nilai sebesar 1,32. Kemudian terdapat atribut kualitas rasa makanan dan minuman konsisten dengan nilai sebesar 1,3. Selanjutnya terdapat atribut ketepatan jam buka dan jam tutup dengan nilai sebesar 1,29. Kemudian terdapat atribut kesopanan dan keramahan pelayan dengan nilai sebesar 1,24. Selanjutnya terdapat atribut lingkungan rumah makan asri dan nyaman dengan nilai sebesar 1,21. Atribut dengan nilai *improvement ratio* terkecil yaitu ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan dengan nilai sebesar 1,2.

### **1.6.10 Row Weight dan Kolom Action**

*Row weight* dihitung dari *importance rating* x *sales point* x *improvement ratio*. Nilai bobot baris terbesar terdapat pada atribut kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman dengan bobot sebesar 6,65. Selanjutnya terdapat atribut kualitas rasa makanan dan minuman konsisten dengan bobot sebesar 6,54. Selanjutnya terdapat atribut lingkungan rumah makan asri dan nyaman dengan bobot sebesar 6,31 Kemudian terdapat atribut ketepatan jam buka dan jam tutup dengan bobot sebesar 5,63. Selanjutnya terdapat atribut adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dengan bobot sebesar 5,47. . Kemudian terdapat atribut ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan dengan nilai sebesar 5,24. Atribut dengan nilai *row weight* terkecil yaitu kesopanan dan keramahan pelayan dengan nilai sebesar 5,21.

Setelah diketahui nilai *row weight* maka dapat ditentukan kategori tindakan. Tindakan terhadap pengembangan produk/jasa baru ditentukan melalui strategi analisis dalam *House of Quality*. Strategi analisis tersebut terbagi menjadi beberapa kategori, yaitu :

#### 1. Kategori A

Atribut dengan nilai *row weight* tertinggi akan termasuk dalam kategori A. Atribut pada kategori A ini dinilai kinerjanya masih tertinggal jauh bila dibandingkan dengan pesaing. Sehingga atribut A ini harus cepat diperbaiki kinerjanya supaya tidak tertinggal terlalu jauh dari pesaing. Atribut yang berada pada kategori A yaitu kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman, lingkungan asri dan nyaman, dan kualitas rasa makanan dan minuman yang konsisten.

#### 2. Kategori B

Atribut pada kategori B ini dinilai kinerjanya tidak terlalu jauh bila dibandingkan pesaing. Namun pihak Rumah Makan Bu Eko perlu melakukan evaluasi dan pengembangan konsep karena dimata konsumen kinerja yang diberikan pesaing yaitu Rumah Makan Bu Lanny dianggap lebih baik. Kinerja yang diberikan pesaing dapat dijadikan referensi bagi perusahaan dalam melakukan evaluasi dan pengembangan konsep. Atribut yang berada pada kategori B adalah atribut adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dan ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan.

#### 3. Kategori C

Atribut pada kategori C dapat dikatakan bahwa kinerjanya sudah sangat baik bahkan lebih baik dari pesaing. Atribut yang berada pada kategori ini yaitu ketepatan pelayan dalam mengantarkan pesanan, dan kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan.

### **1.6.11 Matrik *Part Deployment***

Berdasarkan *fault tree analysis* pada pengerjaan matrik *part deployment*, maka dapat diketahui masalah yang terdapat pada kebutuhan teknis Rumah Makan Bu Eko sehingga dapat dilakukan tindakan perbaikan. Berikut adalah kebutuhan teknis yang dapat dilakukan perbaikan menggunakan matrik *part deployment* :

- a. Pengurangan rasa menunggu pelanggan
- b. Sistem ganti rugi ketika terjadi salah antar
- c. Garansi anti kekecewaan pelanggan
- d. Desain lingkungan rumah makan asri dan nyaman
- e. Penyambutan pelanggan ketika datang dan pergi
- f. Jaminan kualitas rasa makanan dan minuman
- g. Modifikasi jam buka

Kebutuhan teknis tersebut diperoleh dari matrik *House of Quality* dimana pada matrik *part deployment*, kebutuhan teknis tersebut berubah menjadi kebutuhan untuk diletakkan sebagai baris di sebelah kiri. Sedangkan bagian atas matrik adalah identifikasi part yang digunakan untuk menyelesaikan masalah pada kebutuhan teknis di Rumah Makan Bu Eko, yaitu :

#### 1. Pemberian camilan rujak buah

Pemberian camilan rujak buah merupakan *critical part requirement* dari pengurangan rasa menunggu pelanggan. Dalam sebuah bisnis rumah makan, kecepatan penyajian makanan dan minuman merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh pihak manajemen. Semakin cepat proses pelayanan akan semakin memuaskan pelanggan. Sebaliknya semakin lama proses penyajian akan membuat pelanggan menunggu lebih lama dan akan mengurangi kepuasan pelanggan. Menurut pemilik Rumah Makan Bu Eko, standard proses penyajian makanan kurang lebih membutuhkan waktu sekitar 30 menit. Namun ketika rumah makan ramai dan pesanan makanan membutuhkan proses memasak yang lebih lama maka ada kemungkinan pelanggan harus menunggu lebih lama. Proses penyajian tersebut sudah tidak dapat dipercepat lagi karena apabila dipercepat akan mengurangi kualitas dan konsistensi rasa masakan. Solusi yang dapat dilakukan yaitu mengurangi rasa menunggu pelanggan yaitu dengan memberi snack ringan. Snack ringan tersebut dapat berupa rujak buah dan diberikan gratis kepada pelanggan. Pemilihan rujak buah dikarenakan rujak buah merupakan snack yang dapat dinikmati oleh pelanggan tanpa merasa terlalu kenyang. Karena apabila camilan yang diberikan sudah membuat kenyang maka pelanggan tidak akan terlalu menikmati makanan yang sudah dipesan. Selain itu buah merupakan makanan yang segar sehingga pelanggan dapat menunggu proses penyajian dengan lebih sabar

karena merasakan kesegaran buah tersebut. Sambal rujak juga dibuat tidak terlalu pedas supaya perut pelanggan tidak perih. Rujak buah tersebut rencananya juga akan dijual di rumah makan dalam bentuk kemasan. Harga jualnya dibuat tidak murah supaya pelanggan menyadari bahwa apa yang diberikan kepada pelanggan ketika menunggu masakan merupakan sesuatu yang tidak murah.

## 2. Gratis menu salah antar

Seperti yang sudah dijelaskan bahwa dalam sebuah usaha bisnis kuliner pasti tidak luput dari kelalaian yang tidak sengaja dilakukan oleh pelaku usaha bisnis kuliner tersebut. Meskipun sebenarnya pelaku usaha bisnis kuliner sudah berusaha maksimal untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya. Salah satu bentuk kelalaian yang dikeluhkan oleh pelanggan di Rumah Makan Bu Eko yaitu adanya salah antar pesanan. Adanya kesalahan dalam mengantar pesanan tersebut tentunya akan mengurangi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perlu adanya suatu solusi supaya ketika terjadi salah antar pesanan, pelanggan tetap merasa puas. Solusi yang ditemukan pada penelitian ini yaitu memberikan secara gratis menu yang salah antar kepada pelanggan.

## 3. Pemberian voucher kepada pelanggan

Dalam proses bisnis pelayanan di rumah makan dapat terjadi berbagai kelalaian yang tidak sengaja dilakukan oleh pihak rumah makan. Kelalaian di rumah makan tersebut dapat berupa masakan yang tidak bersih, bau, ada benda asing dan sebagainya. Adanya kelalaian tersebut tentunya akan membuat pelanggan merasa kecewa dan dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Sehingga perlu ada solusi yang dapat mengganti rugi rasa kecewa pelanggan. Solusi yang ditemukan dalam penelitian ini yaitu pemberian *voucher* diskon kepada pelanggan. Jadi untuk pelanggan yang secara tidak sengaja terkena kesalahan dari pihak rumah makan maka akan diberikan *voucher* diskon untuk kunjungan berikutnya.

## 4. Rancangan Desain Rumah Makan Asri

Lingkungan yang asri di rumah makan akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan yang berkunjung. Lingkungan yang asri tersebut biasanya dibentuk dengan menambahkan taman dan kolam ikan. Begitu juga di Rumah Makan Bu Eko dimana di tengah rumah makan terdapat taman dan kolam ikan. Umumnya pelanggan menikmati lingkungan asri tersebut dengan melihat, berfoto dan datang ke jembatan kolam ikan. Oleh karena itu perlu suatu cara yang unik supaya pelanggan dapat menikmati lingkungan asri dengan lebih nyaman yaitu dengan menambahkan tempat duduk

outdoor di lingkungan asri tersebut. Tempat duduk tersebut juga dilengkapi meja dan payung sehingga pelanggan tidak kepanasan ketika makan siang. Dengan adanya tempat duduk outdoor tersebut pelanggan akan dapat menikmati hidangan di tengah lingkungan yang sejuk. Selain itu di sekitar kolam ikan juga dapat ditambahkan air terjun supaya konsep alami rumah makan lebih kuat. Suara gemericik air dari air terjun tentunya membuat pelanggan lebih nikmat dan tenang ketika menyantap hidangan rumah makan. Perbaikan desain lingkungan asri juga dapat diterapkan dengan memperbaiki desain kolam ikan. Kolam ikan merupakan bagian dari perwujudan lingkungan yang asri. Pelanggan khususnya yang masih kecil seringkali tertarik untuk melihat ikan koi yang berenang di kolam. Selain itu juga akan ditambahkan lilin yang diletakkan di dalam kayu dimana lilin kayu tersebut diletakkan pada setiap meja makan. Tujuannya yaitu untuk mengusir lalat dan menguatkan kesan asri yang di Rumah Makan Bu Eko.

#### 5. Sambutan dalam bahasa Jawa

Pelayan merupakan bagian dari proses bisnis kuliner yang langsung berhadapan dengan pelanggan. Oleh karena itu peran dari karyawan sangat penting dalam proses bisnis kuliner. Selain itu sikap pelayan dalam memperlakukan pelanggan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan menggambarkan citra dari usaha kuliner tersebut. Oleh karena itu pelayan senantiasa dituntut untuk dapat memperlakukan pelanggan dengan sopan dan ramah. Namun belakangan muncul keluhan dari pelanggan bahwa pelayan di Rumah Makan Bu Eko tidak terlalu ramah dalam memberikan pelayanan. Sehingga perlu ada suatu solusi supaya pelanggan dapat terlihat lebih sopan dan ramah di mata pelanggan. Solusi yang ditemukan pada penelitian ini yaitu memberikan sambutan dalam bahasa Jawa ketika pelanggan datang dan pergi. Jadi penerapannya yaitu ketika pelanggan datang maka seluruh pelayan akan meneriakkan “sugeng rawuh” yang artinya selamat datang kepada pelanggan. Selain itu juga ketika pelanggan pergi maka seluruh pelayan akan meneriakkan “matur nuwun lan atos-atos” yang berarti terima kasih dan hati-hati.

#### 6. Tukar menu sesuai lidah pelanggan

Rumah Makan Bu Eko selalu berusaha menyajikan masakan dengan cita rasa terbaik untuk pelanggannya. Namun cita rasa tersebut belum tentu sesuai dengan lidah pelanggan. Oleh karena itu perlu suatu solusi untuk menjamin bahwa cita rasa masakan yang disajikan selalu terasa enak dan sesuai dengan lidah pelanggan. Jadi ketika pelanggan merasa masakan yang disajikan memiliki cita rasa yang tidak sesuai dengan

seleranya maka pelanggan tersebut dapat meminta tambahan bumbu atau menukar menu yang rasanya sesuai dengan selera pelanggan tersebut. Solusi tukar menu sesuai lidah pelanggan ini akan diberitahukan melalui poster yang diletakkan di dinding rumah makan.

#### 7. Jam buka pada pukul 6 pagi dengan menu sarapan

Rancangan jam buka rumah makan dapat diterapkan dengan pembaruan *Standard Operational Procedure* (SOP) mengenai jam buka dan evaluasi berkala. Salah satu aspek di Rumah Makan Bu Eko yang dikeluhkan oleh pelanggan yaitu ketepatan jam buka dan jam tutup. Rumah Makan Bu Eko buka mulai pukul 09.00 sampai pukul 21.00 WIB. Untuk jam tutup tampaknya tidak terlalu bermasalah karena pihak manajemen menerapkan sistem *last order* pada pukul 20.45 sehingga rumah makan dapat tutup sesuai jadwal. Namun untuk jam buka tampaknya masih muncul masalah. Rumah Makan Bu Eko memang sudah buka pukul 09.00 namun ketika pukul 09.00 tersebut pintu masih belum dibuka penuh, beberapa masakan belum siap, dan masih terdapat pelayan yang membersihkan dan menyiapkan fasilitas rumah makan. Sebenarnya pihak manajemen sudah membuat *Standard Operational Procedure* (SOP) supaya pelayan membersihkan dan menyiapkan fasilitas rumah makan sebelum pukul 09.00. Solusinya yaitu dengan memajukan jam kebersihan dan jam kesiapan di rumah makan. Apabila sebelumnya pukul 09.00 rumah makan harus sudah terlihat bersih dan siap maka SOP yang baru mengatur supaya rumah makan harus siap dan bersih pada 15 menit sebelum rumah makan dibuka. Kesiapan tersebut sudah termasuk tersedianya menu yang dipesan terutama menu garang asem yang menjadi andalan di Rumah Makan Bu Eko. Sehingga ketika pelanggan datang ke rumah makan tepat pada pukul 09.00, pelanggan dapat menikmati fasilitas rumah makan dengan nyaman. Selain itu juga harus dilakukan evaluasi secara berkala supaya pelayan tetap disiplin terhadap jadwal yang sudah ditetapkan. Rancangan jam buka rumah makan juga dapat diimplementasikan dengan pembuat jam buka yang baru supaya lebih unik. Keunikan suatu bisnis kuliner dapat dibuat dari berbagai aspek salah satunya dari aspek jam buka rumah makan. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa jam buka di Rumah Makan Bu Eko yaitu pada pukul 09.00. Solusi keunikan dari jam buka supaya terlihat berbeda dari pesaing dan mendapat nilai lebih dari pelanggan yaitu dengan membuat jam buka rumah makan lebih pagi. Jam buka rumah makan akan dimajukan menjadi pukul 06.00 dengan menu sarapan seperti pecel dan soto ayam yang merupakan makanan khas Jawa Timur. Penetapan jam

buka pada pukul 06.00 tersebut dikarenakan pada waktu tersebut merupakan waktu sarapan pagi dan tidak sedikit orang yang senang sarapan diluar rumah. Terlebih dengan tersedianya menu sarapan yang khas tersebut akan lebih menarik pelanggan untuk datang ke rumah makan.

### 1.6.12 Matrik Perencanaan Proses

Pada matrik perencanaan proses akan diketahui proses pelayanan di rumah makan dimana setiap proses pelayanan tersebut memiliki *critical process requirement*. Berikut adalah proses pelayanan yang ada di Rumah Makan Bu Eko

#### 1. Kedatangan

Proses kedatangan terdiri dari *critical process requirement* berikut :

- a. Kedatangan pelanggan
- b. Penyambutan pelanggan

#### 2. Pencarian tempat duduk

Proses pencarian tempat duduk terdiri dari *critical process requirement* berikut :

- a. Pelayan mencarikan tempat duduk
- b. Pelayan mempersilahkan duduk
- c. Pelayan memberikan buku menu

#### 3. Pemesanan

Proses pemesanan terdiri dari *critical process requirement* berikut :

- a. Pelanggan memesan
- b. Pelayan mencatat pesanan
- c. Pesanan diberikan ke juru masak

#### 4. Proses memasak

Proses memasak terdiri dari *critical process requirement* juru masak memasak pesanan pelanggan.

#### 5. Pelanggan menunggu hidangan

Proses pelanggan menunggu hidangan terdiri dari *critical process requirement* pelanggan menunggu hidangan.

#### 6. Penyajian

Proses penyajian terdiri dari *critical process requirement* penyajian masakan dan minuman.



#### 7. Pelanggan menikmati hidangan

Proses pelanggan menikmati hidangan terdiri dari *critical process requirement* pelanggan menikmati hidangan.

#### 8. Pembayaran di kasir

Proses pembayaran di kasir terdiri dari *critical process requirement* berikut :

- a. Kasir memberikan tagihan
- b. Pelanggan membayar
- c. Pelayan memberikan struk pembayaran

#### 9. Selesai

Proses selesai terdiri dari *critical process requirement* berikut :

- a. Pelanggan meninggalkan rumah makan
- b. Pelayan membersihkan rumah makan

### 1.6.13 Matrik Perencanaan Produksi

Pada matrik perencanaan produksi yang merupakan langkah terakhir dari metode *Quality Function Development* (QFD) akan diketahui proses kunci diperlukan dari setiap proses pelayanan yang ada di rumah makan. Berikut adalah *key process requirement* yang dapat diterapkan di Rumah Makan Bu Eko :

#### 1. Kedatangan

Proses kedatangan memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Evaluasi sikap penyambutan pelanggan
- b. Ketepatan jam buka
- c. Modifikasi jam buka
- d. Perancangan desain tata letak tempat parkir

#### 2. Pencarian tempat duduk

Proses pencarian tempat duduk memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Kemudahan mencari tempat duduk
- b. Kemudahan akses antar blok

#### 3. Pemesanan

Proses pemesanan memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Kesigapan dan kejelasan pelayan

b. Pemberitahuan bahwa proses memasak cukup lama

#### 4. Proses memasak

Proses memasak memiliki *key process requirement* penggunaan bahan baku yang aman

#### 5. Pelanggan menunggu hidangan

Proses pelanggan menunggu hidangan memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Desain lingkungan asri
- b. Rancangan desain tata letak dapur
- c. Standarisasi waktu memasak
- d. Pemberian snack

#### 6. Penyajian

Proses penyajian memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Ucapan permohonan maaf kepada pelanggan karena menunggu lama
- b. Ketepatan penyajian menu yang dipesan

#### 7. Pelanggan menikmati hidangan

Proses pelanggan menikmati hidangan memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Desain lingkungan asri
- b. Garansi kualitas rasa dan terjadinya kelalaian
- c. Kualitas rasa enak dan konsisten

#### 8. Pembayaran di kasir

Proses pembayaran di kasir memiliki *key process requirement* berikut :

- a. Rancangan sistem garansi pemberian voucher

Evaluasi ketepatan, kecepatan, dan keramahan kasir

## BAB VI

### PENUTUP

#### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis keluhan pelanggan dan metode *Service Quality* (Servqual) maka dapat diketahui atribut yang menjadi harapan pelanggan di Rumah Makan Bu Eko yaitu kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman, ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan, adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian, lingkungan rumah makan asri dan nyaman, kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan, kualitas rasa makanan dan minuman konsisten serta ketepatan jam buka dan jam tutup.

Berdasarkan metode *Quality Function Development* maka ditemukan solusi dari atribut yang menjadi harapan pelanggan supaya harapan pelanggan dapat terpenuhi dan kepuasan pelanggan dapat meningkat. Atribut kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman diusulkan solusi yaitu pemberian camilan rujak buah kepada pelanggan. Atribut ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan diusulkan solusi yaitu menu yang salah antar diberikan secara gratis kepada pelanggan. Atribut adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian diberikan solusi yaitu pemberian *voucher* diskon untuk kunjungan berikutnya. Atribut lingkungan rumah makan asri dan nyaman diberikan solusi yaitu desain taman bersih dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penambahan lilin kayu alami di setiap meja makan. Atribut kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan diberikan solusi yaitu ucapan selamat datang dan selamat tinggal dalam bahasa Jawa kepada pelanggan. Atribut kualitas rasa makanan dan minuman diberikan solusi yaitu pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti dengan menu yang sesuai dengan lidah pelanggan. Atribut ketepatan jam buka dan jam tutup diberikan solusi yaitu jam buka pada waktu subuh dan memberikan teh hangat secara gratis kepada pelanggan yang sholat subuh berjamaah di rumah makan.

Berdasarkan uji validasi rancangan atribut kualitas layanan yang diusulkan maka dapat diketahui bahwa semua rancangan atribut bernilai 4. Hal ini berarti rancangan

atribut kualitas layanan yang diusulkan dalam penelitian ini dinilai oleh pelanggan sebagai suatu solusi yang unik dan dapat diterapkan di Rumah Makan Bu Eko.

## 1.2 Saran

Saran yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan adalah sebagai berikut:

1. Usulan rancangan yang menjadi fokus utama dalam perbaikan kualitas pelayanan dengan meningkatkan keunggulan berbasis pengembangan keunikan yaitu pemberian camilan rujak buah kepada pelanggan, menu yang salah antar diberikan secara gratis kepada pelanggan, pemberian *voucher* diskon untuk kunjungan berikutnya, desain taman bersih dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penambahan lilin kayu alami di setiap meja makan, ucapan selamat datang dan selamat tinggal dalam bahasa Jawa kepada pelanggan, pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti dengan menu yang sesuai dengan lidah pelanggan, dan jam buka rumah makan pada pukul 6 pagi dengan menu sarapan
2. Untuk meningkatkan kualitas layanan hendaklah pihak Rumah Makan Bu Eko memfokuskan perbaikan pada atribut pelayanan yang diprioritaskan oleh pelanggan.
3. Penelitian ini dapat dikembangkan lagi dengan mempersempit ruang lingkup penelitian sesuai usulan rancangan di atas.

## DAFTAR PUSTAKA

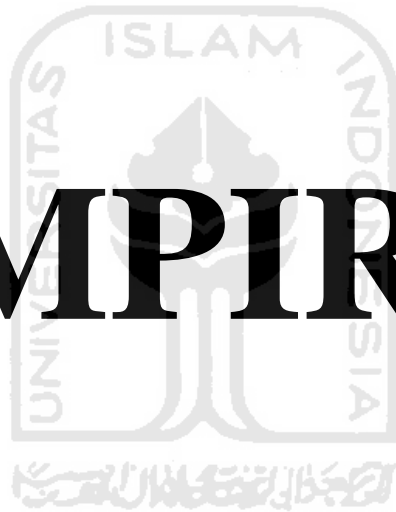
- Al Ries dan Jack Trout. 1982. *Positioning, The Battle For Four Mind*. New York : Warner Books
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Yogyakarta : Penerbit Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. 2006. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar
- Engel, F. James, Blackwell R.D, Winiard P.W. 1990. *Customer Behaviour*. diterjemahkan oleh FX Budiarto. Jilid II. Jakarta : Binarupa Aksara
- Husna, Siti. 2014. *Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja Jurnal Ilmiah Teknik Industri Vol. 13, No. 2 pp(103-111)*. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga
- Gronroos, Christian. 1990. *Service Management and Marketing : Managing The Moments of Truth in Service Competition*. Toronto : Lexington Books Massacuhtetts
- Kotler, P., Swe Hong Ang, Siew Menglong, dan Chin Tiong Tan. 1996. *Marketing Management An Asian Perspection*. Singapore : Pretience Hall
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran, Analisa, perencanaan, implementasi, dan control, Edisi Keenam, Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 12*. Jakarta : PT. Indeks
- Lovelock, Christoper dan Wright Lauren. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia

- Parasuraman, A. Valarie, Zeithmal dan Leonard, L. Berry. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications For Future Research*. Journal of Marketing. Vol. 49. pp. 41-50
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Sigit, Soehardi. 2003. *Pengantar Metodologi Penelitian, Sosial-Bisnis Manajemen*. Yogyakarta : Penerbit BPFE UST
- Singarimbun, Masri. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : PT. Pustaka LP3ES Indonesia
- Sofian, Indra. 2006. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dalam Hubungannya Dengan Kualitas Pelayanan Dan Kenaikan Harga*. Bogor : Institut Pertanian Bogor
- Sudjana. 1992. *Metode Statistika, Edisi Kelima*. Bandung : Toristo
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Penerbit Alfabeta
- Sumayang, Lalu. 2003. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Penerbit Aneka Cipta
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2005, *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Wijaya, Toni. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa, Desain servqual, QFD, dan kano disertai contoh aplikasi dalam kasus penelitian*. Jakarta : PT. Indeks
- Yola, Melfa dan Budianto, Duwi. 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)*. Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim

Zeithmal, V., Berry, L., dan Parasuraman. 1993. *The Nature And Determinants of Customers Expectation of Service*. Journal Academy of Marketing. Vol. 21. pp. 1-12



# LAMPIRAN





**CONTOH KUESIONER PENELITIAN**  
**KUESIONER**

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian sebagai pemenuhan Tugas Akhir. Kuesioner penelitian ini saya susun sebagai bagian dari tahapan proses pengumpulan data dalam Tugas Akhir. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang sudah diberikan Rumah Makan Bu Eko Kediri kepada pelanggan.

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/I yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuesioner ini dan sangat membantu dalam kelancaran penelitian ini.



Hormat Saya,

Bima Satria Pratama

**Identitas Responden**

Nama : .....

Jenis Kelamin : Laki – laki/Perempuan (*coret salah satu*)

Umur : .....

---

### Petunjuk Pengisian

1. Responden dimohon untuk memberi jawaban sesuai dengan keinginan pelanggan terhadap pelayanan Rumah Makan Bu Eko berdasarkan dimensi kualitas pelayanan.
2. Responden dimohon untuk mengisi pada lembar yang telah disediakan.

### KUESIONER TERBUKA

1. Menurut anda, faktor – faktor **fasilitas fisik** apa yang sebaiknya dimiliki oleh sebuah rumah makan sesuai dengan harapan anda ?

Contoh :

- ❖ Tempat parkir luas
- ❖ Kerapian karyawan

Lainnya :

- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_

2. Menurut anda, faktor – faktor apa yang menunjukkan **kemampuan** karyawan dari rumah makan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan sesuai dengan harapan anda ?

Contoh :

- ❖ Ketepatan jam buka dan tutup
- ❖ Pelayan mengantarkan makanan sesuai dengan pesanan pelanggan

Lainnya :

- ❖ \_\_\_\_\_

- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_

3. Menurut anda, faktor – faktor yang menunjukkan **respon** karyawan rumah makan dalam membantu dan memberikan pelayanan terhadap pelanggan sesuai dengan harapan anda ?

Contoh :

- ❖ Kesopanan dan keramahan karyawan
- ❖ Proses pelayanan cepat

Lainnya :

- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_

4. Menurut anda, faktor – faktor yang menunjukkan pengetahuan dan ketrampilan karyawan rumah makan untuk membangun kepercayaan dan menghilangkan keraguan pelanggan sesuai dengan harapan anda ?

Contoh :

- ❖ Jaminan cita rasa yang enak dan konsisten
- ❖ Jaminan keamanan bahan baku masakan

Lainnya :

- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_

5. Menurut anda, faktor – faktor apa yang menunjukkan **perhatian pribadi** yang diberikan rumah makan kepada pelanggan yang sesuai dengan harapan anda ?

Contoh :

- ❖ Komunikasi yang baik antara pelayan dan pelanggan
- ❖ Karyawan mengetahui makanan kesukaan dari pelanggan

Lainnya :

- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_
- ❖ \_\_\_\_\_



## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian sebagai pemenuhan Tugas Akhir. Kuesioner penelitian ini saya susun sebagai bagian dari tahapan proses pengumpulan data dalam Tugas Akhir. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang sudah diberikan Rumah Makan Bu Eko Kediri kepada pelanggan.

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/I yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuesioner ini dan sangat membantu dalam kelancaran penelitian ini.

Hormat Saya,

Bima Satria Pratama

### **I. PETUNJUK PENGISIAN**

#### 1. Bagian A (Kuesioner tingkat kepuasan atribut)

Berilah tanda silang (x) atau centang (√) pada kolom bobot sesuai dengan tingkat kepuasan atribut pada Rumah Makan Bu Eko. Adapun nilai pembobotan adalah sebagai berikut :

- 1 = Sangat tidak puas
- 2 = Tidak puas
- 3 = Cukup puas
- 4 = Puas
- 5 = Sangat puas

#### 2. Bagian B (Kuesioner tingkat kepentingan/harapan atribut)

Berilah tanda silang (x) atau centang (√) pada kolom bobot sesuai dengan tingkat kepentingan/harapan atribut pada Rumah Makan Bu Eko. Adapun nilai pembobotan adalah sebagai berikut :

- 1 = Sangat tidak penting
- 2 = Tidak penting
- 3 = Cukup penting
- 4 = Penting
- 5 = Sangat penting

## II. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : .....

Jenis Kelamin : Laki – laki/Perempuan (*coret salah satu*)

Umur : .....

---

### KUESIONER TERTUTUP

#### A. Kuesioner tingkat kepuasan atribut Rumah Makan Bu Eko Kediri

Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
<b>Tangible</b> (Bukti Fisik)	Kebersihan dari rumah makan terjaga					
	Penampilan karyawan rumah makan rapi					
	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )					
	Tempat parkir rumah makan yang luas					
	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih					
	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik					
	Buku menu jelas dan menarik					
	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan					
	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)					
<b>Reliability</b> (Keandalan)	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan					

Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan					
	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan					
	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan					
	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan					
	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan					
	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan					
	<b>Responsiveness</b> (Daya Tanggap)	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk				
Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan minuman						
Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu						
Kesediaan pelayan dalam memilih menu						
Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan						
Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat						
<b>Assurance</b> (Jaminan)	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten					
	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau,					

Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
	dan sebagainya)					
	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya					
	Lingkungan rumah makan aman					
	Makanan dan minuman yang disajikan halal					
<i>Emphaty</i> (Empati)	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan					
	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan					
	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan					

### B. Kuesioner tingkat kepentingan/harapan atribut Rumah Makan Bu Eko Kediri

Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	Kebersihan dari rumah makan terjaga					
	Penampilan karyawan rumah makan rapi					
	Tersedianya fasilitas pendukung (tisu, wastafel, dan <i>free hotspot</i> )					
	Tempat parkir rumah makan yang luas					
	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, mushola, dan wastafel) terlihat bersih					



Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
	Dekorasi dan tata letak rumah makan yang baik					
	Buku menu jelas dan menarik					
	Kondisi fasilitas fisik yang disediakan memberikan kenyamanan					
	Tersedianya lingkungan rumah makan yang asri dan nyaman (taman dan kolam ikan)					
	Kesesuaian antara gambar produk di buku menu dengan makanan yang disajikan					
<b>Reliability</b> (Keandalan)	Ketepatan jam buka dan jam tutup rumah makan					
	Kejelasan informasi yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan					
	Ketepatan pelayan dalam mengantarkan masakan yang dipesan oleh pelanggan					
	Karyawan rumah makan siap melayani segala permintaan pelanggan					
	Kasir cekatan dan cepat saat melayani pelanggan					
	Kualitas produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harga yang ditetapkan					
<b>Responsiveness</b> (Daya Tanggap)	Pelayan langsung mengarahkan pelanggan ke tempat duduk					
	Kecepatan pelayan dalam menyajikan makanan dan					

Dimensi Kualitas Pelayanan	Atribut Layanan	Bobot				
		1	2	3	4	5
	minuman					
	Kecepatan pelayan dalam memberikan daftar menu					
	Kesediaan pelayan dalam memilih menu					
	Kesigapan pelayan dalam membantu pelanggan					
	Pelayan menangani keluhan pelanggan secara cepat					
<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kualitas rasa makanan dan minuman yang ditawarkan konsisten					
	Adanya ganti rugi apabila terjadi kelalaian dalam penyajian makanan dan minuman (tidak bersih, bau, dan sebagainya)					
	Tidak menggunakan bahan baku yang berbahaya					
	Lingkungan rumah makan aman					
	Makanan dan minuman yang disajikan halal					
<i>Emphaty</i> (Empati)	Inisiatif pelayan untuk menawarkan menu favorit ke pelanggan					
	Komunikasi yang baik antara pelayan dengan pelanggan					
	Kesopanan dan keramahan pelayan dalam memperlakukan pelanggan					

## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian sebagai pemenuhan Tugas Akhir. Kuesioner penelitian ini saya susun sebagai bagian dari tahapan proses pengumpulan data dalam Tugas Akhir. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang sudah diberikan Rumah Makan Bu Eko Kediri kepada pelanggan.

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/I yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuesioner ini dan sangat membantu dalam kelancaran penelitian ini.

Hormat Saya,

Bima Satria Pratama

### **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah penilaian terhadap kualitas pelayanan di Rumah Makan Bu Eko dan pesaing Rumah Makan Bu Lanny. Seberapa puaskah anda terhadap atribut-atribut pelayanan di bawah ini menurut anda sebagai pelanggan kedua rumah makan tersebut.
2. Berilah tanda silang (x) atau centang (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban anda berdasarkan skala penilaian dibawah ini.

Keterangan :

- 1 = Sangat tidak puas
- 2 = Tidak puas
- 3 = Cukup puas
- 4 = Puas
- 5 = Sangat puas



## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian sebagai pemenuhan Tugas Akhir. Kuesioner penelitian ini saya susun sebagai bagian dari tahapan proses pengumpulan data dalam Tugas Akhir. Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yang sudah diberikan Rumah Makan Bu Eko Kediri kepada pelanggan.

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/I yang telah memberikan waktu untuk mengisi kuesioner ini dan sangat membantu dalam kelancaran penelitian ini.

Hormat Saya,

Bima Satria Pratama

### **PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah penilaian terhadap tingkat keunikan rancangan sistem pelayan yang disarankan peneliti kepada Rumah Makan Bu Eko. Seberapa unikkah rancangan sistem pelayanan di bawah ini sebagai pelanggan di Rumah Makan Bu Eko.
2. Dalam pengisian kuesioner ini hendaklah anda membaca dulu penjelasan mengenai rancangan sistem pelayanan yang disarankan supaya anda memiliki gambaran tentang rancangan sistem pelayanan tersebut.
3. Berilah tanda silang (x) atau centang (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban anda berdasarkan skala penilaian dibawah ini.

Keterangan :

- 1 = Sangat tidak unik
- 2 = Tidak unik
- 3 = Cukup unik
- 4 = Unik
- 5 = Sangat unik

No	Atribut	Bobot				
		1	2	3	4	5
1	Pemberian camilan rujak buah ketika menunggu penyajian hidangan*					
2	Apabila terjadi salah antar pesanan maka menu yang salah antar tersebut akan diberikan secara gratis*					
3	Pemberian <i>voucher</i> diskon kepada pelanggan ketika terjadi kelalaian dari pihak rumah makan*					
4	Desain tempat duduk outdoor dengan lampu taman dikelilingi kolam ikan dan air terjun serta penyediaan lilin kayu *					
5	Penyambutan dalam bahasa Jawa ketika pelanggan datang dan pergi*					
6	Pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti menu yang sesuai dengan lidah pelanggan *					
7	Jam buka pada waktu subuh dan memberikan teh hangat secara gratis kepada pelanggan yang sholat subuh berjamaah di rumah makan*					

\*Nb : Penjelasan rancangan sistem pelayanan ada di bawah tabel

#### **Keterangan :**

##### 1. Pemberian snack rujak buah kepada pelanggan

Rancangan sistem pelayanan ini dilakukan dengan memberikan snack kepada pelanggan yang sedang menunggu hidangan. Sekitar 10 menit setelah pelanggan melakukan pemesanan, maka pelanggan tersebut akan diberikan snack rujak buah untuk camilan. Jadi pelanggan dapat menunggu hidangan sembari menikmati camilan rujak buah yang diberikan

##### 2. Gratis menu yang salah antar

Apabila pelayan salah mengantarkan pesanan pelanggan maka menu yang salah diantar tersebut akan diberikan kepada pelanggan secara gratis. Kemudian pihak rumah makan juga akan tetap mengantarkan menu yang dipesan oleh pelanggan.

##### 3. Sistem garansi anti kekecewaan pelanggan

Apabila terjadi kelalaian dari pihak rumah makan maka pelanggan akan mendapatkan *voucher* diskon untuk kunjungan berikutnya

4. Desain taman dikelilingi kolam ikan koi dengan air terjun mini serta penambahan tempat duduk dan meja di taman

Taman di Rumah Makan Bu Eko nantinya akan dibuat lebih luas dan di tengah taman juga disediakan tempat duduk dan meja untuk pelanggan. Kemudian taman tersebut dikelilingi dengan kolam ikan koi serta ditambahkan air mancur. Selain itu di setiap meja makan diberikan lilin untuk mengusir lalat. Lilin tersebut diletakkan di dalam batang kayu supaya desain lilin memberikan kesan alami.

5. Penyambutan dalam bahasa Jawa ketika pelanggan datang dan pergi

Ketika pelanggan datang maka seluruh pelayan akan mengucapkan selamat datang dalam bahasa Jawa yaitu “Sugeng Rawuh”. Begitu juga ketika pelanggan pergi, pelayan secara serentak akan mengucapkan “Matur Nuwun lan Atos-atos”.

6. Pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau ganti menu yang sesuai dengan lidah pelanggan

Apabila rasa masakan yang dipesan oleh pelanggan rasanya tidak sesuai standar atau tidak sesuai lidah pelanggan seperti terlalu asin, kurang manis, kurang pedas dan sebagainya maka pelanggan dapat meminta tambahan bumbu atau meminta menu baru sesuai dengan lidah pelanggan.

7. Jam buka subuh dan memberikan teh hangat gratis kepada pelanggan yang sholat subuh berjamaah di rumah makan

Jadi Rumah Makan Bu Eko yang sebelumnya buka pada pukul 09.00 maka akan dimajukan jam bukanya menjadi pukul 03.45 atau waktu sebelum subuh. Selain itu pelanggan yang melaksanakan sholat subuh berjamaah di rumah makan maka akan diberikan teh hangat gratis dan disediakan menu sarapan khas Jawa Timur yaitu soto ayam dan pecel.