

**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *FUZZY-SERVICE QUALITY*
(Studi Kasus Pada *Resto Yum Chicken* Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

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



Nama : Rizqia Puteri Kinasih

No. Mahasiswa : 18522021

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

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan 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 kekayaan intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Agustus 2022

Penulis



Rizqia Puteri Kinasih

الجمعة الإسلامية الأندلسية

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



YUM! CHICKEN

Jl. Kenari No 3C Semaki Yogyakarta 55166
Telp : 0813 2507 5208

SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ratri Megasari
NIK : 3471136801850001
Jabatan : Pemilik (Owner)

Menerangkan bahwa mahasiswi dengan data:

Nama : Rizqia Puteri Kinasih
NIM : 18522021
Jurusan : Teknik Industri
Universitas : Universitas Islam Indonesia (UII)

Telah melaksanakan penelitian di Yum! Chicken pada tanggal **11 April 2022 – 17 Juni 2022** dengan baik.
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 18 Juni 2022

Ratri Megasari

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *FUZZY-SERVICE QUALITY***

(Studi Kasus Pada *Resto Yum Chicken* Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Rizqia Puteri Kinasih

NIM : 18522021

Yogyakarta, 6 September 2022

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *FUZZY-SERVICE QUALITY***

(Studi Kasus Pada *Resto Yum Chicken* Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : Rizqia Puteri Kinasih

NIM : 18522021

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

Yogyakarta, 28 September 2022

Tim Penguji

Winda Nur Cahyo, S.T., M.T., Ph.D.

Ketua

Wahyudhi Sutrisno, S.T., M.M., M.T

Anggota I

Elanjati Worldailmi, S.T, MSc

Anggota II

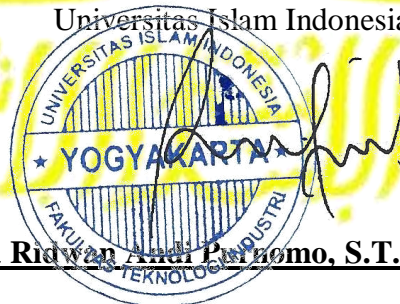


Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D., IPM.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin

Dengan perasaan bahagia dan bangga saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan, doa dan kasih sayang,

Bapak Iswanto Yuwono

Ibu Nining Ratningsih

Untuk adik saya yang saya sayangi,

Khaira Rizki Chandra Kirana

Untuk semua pihak yang telah mendukung saya dan membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung

*Dan teruntuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan berhasil sampai dititik ini
Terima kasih dan selalu terpanjatkan doa untuk keluarga, teman teman dan kerabat yang saya sayangi*

HALAMAN MOTTO

يُسْرًا أَلْتَسِرَ مَعَ إِنَّ

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 6)

Be thankful for what you have, you'll end up having more

(Oprah Winfrey)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Pencipta yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan berkat Ridho-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Fuzzy-Service Quality* Pada “Resto Yum Chicken” Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia. Shalawat serta salam tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat yang telah membawa umat manusia menuju zaman yang terang benderang seperti sekarang ini.

Bimbingan dan banyak bantuan penulis dapatkan baik secara moral maupun materiil sehingga penulis mampu untuk dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Dalam menyusun laporan ini pun tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang kami alami, namun berkat bantuan berupa dukungan, dorongan dan semangat dari orang-orang dan kerabat terdekat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Ir. Muhammad Ridwan Andi Purnomo S.T., M.Sc., Ph.D., IPM. selaku Ketua Prodi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Winda Nur Cahyo S.T., M.T., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, semangat dan arahan selama penyusunan skripsi
4. Kedua orangtua yang selalu memberikan doa, kasih sayang dan semangat yang sangat berguna bagi penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi
5. Kepada Ibu Ratri Megasari selaku pemilik Resto Yum Chicken Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan bantuannya dalam melakukan penelitian Tugas Akhir
6. Kepada teman-teman seperjuangan Alifia Salsabila Putri, Anindita Shalsabila, Delphi Rahmadhani, Evanayeda Anindita, Fahrul Triyulianto Rusli, Muhammad Rayhan Rabbani, Rahmi Meliyandini, Safiella Citra Aishwarya
7. Kepada teman-teman Teknik Industri Angkatan 2018 selama menjalani masa perkuliahan yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Islam Indonesia
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama menyelesaikan penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat masih banyak kekurangan dan sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu sangat diharapkan masukan dan kritik yang membangun sehingga dapat membantu membuat laporan ini menjadi lebih baik lagi. Semoga semua kebaikan dan bantuan yang diberikan akan mendapatkan

balasan yang terbaik dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun semua yang membutuhkan dikemudian hari.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 27 Agustus 2022

Penulis



Rizqia Puteri Kinasih



ABSTRAK

Pandemi yang melanda Indonesia menyebabkan penurunan pendapatan UMKM dari berbagai sektor, salah satunya adalah UMKM yang bergerak dibidang industri rumah makan. Selain itu banyaknya persaingan antar rumah makan di Kota Yogyakarta membuat pesaing semakin kompetitif. Sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang industri rumah makan, Yum Chicken Yogyakarta perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan. Serta dapat mengetahui atribut apa saja yang menjadi prioritas untuk dapat ditingkatkan oleh Yum Chicken Yogyakarta agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan adalah metode *Service Quality* yang dikombinasi dengan metode *Fuzzy*. Hasil yang didapat dalam penelitian ini pada metode *Fuzzy* nilai terbesar yang didapatkan dari perhitungan kinerja yaitu pada atribut “kemudahan dalam memesan makanan” dengan nilai sebesar 3,53. Sementara nilai terbesar dari perhitungan harapan yaitu pada atribut “karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan” dengan nilai sebesar 4,80. Untuk *gap* terbesar yang didapatkan ada pada atribut “keamanan penyebaran *Covid-19*” dengan nilai *gap* sebesar -1,4.

Kata kunci: *Fuzzy Servqual*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Rumah Makan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penelitian	5
BAB II KAJIAN LITERATUR	7
2.1 Kajian Induktif	7
2.2 Kajian Deduktif	22
2.2.1 Kualitas Pelayanan	22
2.2.2 Definisi Konsumen	22
2.2.3 Definisi Kepuasan Pelanggan	22
2.2.4 Service Quality	23
2.2.5 Metode Fuzzy	25
2.2.6 Uji Validitas	26
2.2.7 Uji Reliabilitas	26
2.2.8 Metode <i>Sampling</i>	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Data	28

3.3	Instrumen Penelitian	28
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	30
3.6	Metode Pengujian Data.....	31
3.6.1	Uji Validitas.....	31
3.6.2	Uji Reliabilitas	31
3.7	Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	32
3.7.1	Pengumpulan Data.....	32
3.7.2	Pengolahan Data	33
3.8	Analisis Data	34
3.8.1	<i>Fuzzy Set</i>	34
3.8.2	<i>Defuzzifikasi</i>	35
3.8.3	<i>Service Quality</i>	35
3.8.4	Diagram Kartesius	36
3.9	Kesimpulan dan Saran	37
3.10	Diagram Alir Penelitian	38
BAB IV	PENGOLAHAN DAN PENGUMPULAN DATA.....	40
4.1	Profil Perusahaan.....	40
4.1.1	Visi dan Misi Perusahaan.....	40
4.2	Pengumpulan Data.....	41
4.2.1	Kuesioner	41
4.3	Pengolahan Data.....	43
4.3.1	Uji Kecukupan Data.....	43
4.3.2	Uji Validitas Data	45
4.3.3	Uji Reabilitas Data.....	48
4.3.4	Perhitungan Fuzzy-Servqual.....	48
4.3.5	Diagram Kartesius	58
BAB V	PEMBAHASAN	61
5.1	Analisa Data Kuesioner	61
5.1.1	Uji Kecukupan Data.....	61
5.1.2	Uji Validitas Data	61
5.1.3	Uji Reliabilitas Data.....	61
5.2	Analisis Fuzzy Servqual	62
5.2.1	Analisis Nilai TFN.....	62
5.2.2	Analisis Nilai Servqual (<i>Gap</i>) Tiap Atribut	63
5.2.3	Analisis Nilai Servqual (<i>Gap</i>) Tiap Dimensi.....	65
5.3	Analisis Diagram Kartesius.....	66

BAB VI PENUTUP	68
6.1 Kesimpulan	68
6.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Kajian Pustaka	11
Tabel 3.1 Atribut Kualitas Pelayanan.....	32
Tabel 4.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Harapan dan Kinerja.....	41
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Responden Menurut Usia	42
Tabel 4.4 Responden Menurut Pekerjaan.....	43
Tabel 4.5 Responden Menurut Pekerjaan.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harapan Yum Chicken	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kinerja Yum Chicken	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.9 Hasil <i>Fuzzifikasi</i> Kinerja Menurut Responden.....	49
Tabel 4.10 Hasil <i>Fuzzifikasi</i> Harapan Menurut Responden	50
Tabel 4.11 Tabel Derajat Keanggotaan dan <i>Defuzzifikasi</i> Kinerja.....	52
Tabel 4.12 Tabel Derajat Keanggotaan dan <i>Defuzzifikasi</i> Harapan.....	53
Tabel 4.13 Nilai Kinerja, Harapan dan Gap Tiap Atribut	55
Tabel 4.14 Hasil Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi.....	56
Tabel 4.15 Hasil Ranking Tiap Atribut	57
Tabel 5.1 Nilai Gap Tiap Dimensi	65
Tabel 5.2 Usulan Perbaikan	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	37
Gambar 3.2 <i>Flowchart</i> Penelitian	39
Gambar 4.1 Logo Yum Chicken	40
Gambar 4.2 Nilai <i>Fuzzy Set</i> Untuk Variabel TFN	49
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Tiap Atribut.....	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi *Covid-19* mengurangi pertumbuhan di berbagai sektor ekonomi dan mengakibatkan meningkatnya jumlah pengangguran. Semua sektor industri harus melakukan penyesuaian dan melakukan beberapa perubahan agar dapat tetap bertahan dengan merebaknya *Covid-19* ini (Fathirah et al, 2020). Ahmad Buchori selaku Ketua Satgas Pengembangan Keuangan Syariah dan Ekosistem UMKM Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa selama pandemi ini banyak pelaku UMKM yang mengalami penurunan pendapatan sebanyak 83,20%. UMKM mengalami penurunan pendapat sebagai imbas dari kebijakan pemerintah yang memberlakukan PSBB untuk dapat menekan penularan virus. Namun menurut Teten Masduki selaku Menteri Koperasi UKM mengatakan pada tahun 2022 ini UMKM akan mengalami pertumbuhan lebih baik yang dikutip dari Briefing Time 2022. Dengan diluncurkannya program tertentu oleh pemerintah maka pertumbuhan UMKM akan semakin positif. Menurut Teten, pertumbuhan UMKM pada kuartal kedua dan ketiga tahun 2021 meningkat 1,55% menjadi 3,15%. Dengan adanya kenaikan pertumbuhan ekonomi tersebut maka evolusi persaingan dan banyaknya pesaing memaksa untuk memperhatikan dan memenuhi harapan dari pelanggan yang semakin memilih produk yang mereka konsumsi (Prayuna, 2013).

Salah satu UMKM yang sedang mengalami kenaikan pertumbuhan salah satunya adalah bidang industri rumah makan atau restoran. Banyaknya restoran di Yogyakarta saat ini berarti tingkat persaingan dalam industri rumah makan semakin kompetitif di kota ini. Di zaman sekarang terlihat banyak sekali persaingan dalam industri rumah makan yang digeluti oleh banyak pengusaha. Maka untuk mendukung hal tersebut restoran harus selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Seperti restoran harus memberikan kepuasan pelanggan serta mampu memahami dan melakukan antisipasi apa yang diinginkan pelanggan. Seperti salah satu restoran kecil yang berada di Kota Yogyakarta yaitu Resto Yum Chicken adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang industri kuliner. Restoran ini terletak di Jalan Kenari

No. 3C, Semaki, Umbulharjo Yogyakarta. Letaknya strategis tepat berada di utara Gor Among Rogo dekat dengan beberapa sekolah dan juga kampus dimana jalan tersebut ramai dikunjungi. Restoran ini dipilih sebagai tempat penelitian karena restoran ini sedang mengalami penurunan jumlah pelanggan karena adanya pandemi yang melanda Indonesia. Bisnis restoran ayam ini cukup banyak diminati oleh masyarakat terutama kalangan mahasiswa dan anak sekolah karena letaknya juga yang dekat dengan kampus dan sekolah. Namun belakangan ini jumlah pengunjung menurun karena pandemi yang membuat kampus maupun sekolah sempat membuat pembelajaran online. Sehingga jumlah pengunjung yang datang berkurang. Penelitian ini akan meneliti dan melakukan analisis tentang proses pelayanan yang terjadi di Resto Yum Chicken Yogyakarta. Tidak hanya proses pelayanan namun juga akan membahas rancangan perbaikan yang dilakukan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa metode untuk dapat mengetahui kepuasan pelanggan juga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Metode yang digunakan yaitu metode *Service Quality* dan *Fuzzy*. Kotler dan Keller (2006) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa yang timbul dari perbandingan antara persepsi terhadap hasil suatu produk dan harapannya. Makin besar perbandingan antara harapan dengan perspektif yang dirasakan pelanggan, maka pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Sedangkan Tjiptono (1997) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan tanggapan pelanggan terhadap produk yang digunakan sesuai dengan harapan atau tidak setelah digunakan. Kepuasan dari pelanggan bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Wijaya (2011) kualitas sendiri adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Oliver (1977) mengatakan bahwa pendekatan kepuasan dapat dilihat dari dua sisi, yaitu kepuasan sebagai hasil dan kepuasan sebagai proses dimana proses penyedia jasa memberikan pelayanan pada pelanggan. Menurut Tjiptono (1994) peningkatan kualitas pelayanan dilakukan untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang memberikan manfaat seperti terbentuknya citra baik bagi perusahaan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Menurut Parasuraman et al (1998), kualitas layanan atau *Service Quality* memiliki lima dimensi yang terdiri dari *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* untuk dapat menilai kepuasan pelanggan. *Service Quality* dapat diartikan sebagai perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka

terima (Zeithaml et al, 1990). Harto (2015) menyatakan bahwa keunggulan metode *Service Quality* terletak pada kemampuan dalam subjektivitas dalam pengumpulan data melalui kuesioner. Serta kemampuannya untuk mengetahui variabel-variabel yang harus selalu dipertimbangkan untuk selalu ditingkatkan berdasarkan kepuasan pelanggan. Metode lain yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Fuzzy Logic* atau sering disebut dengan metode Logika *Fuzzy*. Sistem *Fuzzy* memiliki keunggulan dibandingkan dengan sistem yang tradisional seperti jumlah aturan yang digunakan. Dalam proses awal sejumlah besar nilai keanggotaan dalam sistem *fuzzy*, mengurangi jumlah menjadi nilai keanggotaan sistem *fuzzy* dan mengurangi jumlah nilai yang digunakan untuk mengambil keputusan. Selain itu keunggulan lainnya adalah sistem ini memiliki kemampuan penalaran yang mirip dengan nalar manusia, karena sistem *fuzzy* mampu memberi respon berdasarkan informasi yang kualitatif.

Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang meneliti kepuasan pelanggan adalah penelitian yang telah dilakukan oleh Zita Hanna dan Muchsi Saggaff Shihab (2016) yang meneliti tentang pengaruh *service quality* terhadap kepuasan dan dampaknya pada perilaku tamu hotel. Selanjutnya pada penelitian yang dilakukan oleh Hasna Rahagi Sampurno (2020) yang meneliti tentang tingkat kepuasan pelanggan *gojek* di Kota Bandung dan mengetahui atribut apa saja yang perlu diubah. Berdasarkan beberapa penjelasan dari penelitian sebelumnya dapat disimpulkan bahwa bahwa metode *Service Quality* dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengetahui atribut apa saja yang dapat ditingkatkan agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan. Penulis ingin melakukan identifikasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Resto Yum Chicken Yogyakarta apakah sudah sesuai dengan ekspektasi serta mengetahui atribut apa saja yang dapat ditingkatkan agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto Yum Chicken Yogyakarta sudah sesuai dengan harapan pelanggan?

2. Apa saja atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan oleh Resto Yum Chicken Yogyakarta untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan pada pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas agar dapat fokus pada pemecahan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Resto Yum Chicken Yogyakarta
2. Penelitian ini menentukan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Service Quality* yang dikombinasikan dengan metode *Fuzzy*
3. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan restoran untuk dijadikan sumber data

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada layanan Resto Yum Chicken Yogyakarta
2. Mengetahui atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan oleh Resto Yum Chicken Yogyakarta

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat membantu mahasiswa untuk dapat memecahkan masalah yang ada pada masyarakat. Penelitian ini dapat digunakan sebagai implementasi dari teori yang sudah didapatkan selama dibangku perkuliahan

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam melakukan perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan. Hasilnya berupa usulan perbaikan pelayanan untuk dapat meningkatkan kualitas dan diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan dan pemilik perusahaan.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar dapat mempermudah dalam melakukan penulisan Tugas Akhir ini, maka penulis menggunakan sistematika penulisan dengan bab demi bab secara urut yang disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini memuat pengantar permasalahan yang dibahas dalam penelitian berupa latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab kajian pustaka ini memuat konsep dalam menentukan kajian dan prinsip dasar untuk dapat memecahkan masalah dalam penelitian. Selain itu bab ini juga memuat hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian ini memuat objek penelitian, data yang didapatkan serta tahapan yang sudah dilalui dalam penelitian secara jelas dan ringkas. Selain itu bab ini juga memuat metode pengumpulan data, bahan serta alat bantu yang digunakan dalam analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab pengumpulan dan pengolahan data ini memuat penjelasan tentang pengumpulan data berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan serta pengolahan data yang berupa tabel dan grafik. Selain itu bab ini juga memuat analisis yang dilakukan pada hasil yang didapatkan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab pembahasan ini memuat analisis hasil dari pengolahan data yang telah didapatkan sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini yang nantinya akan menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kesimpulan dan saran ini memuat sebuah kesimpulan yang didapat dari hasil analisa maupun hasil pengumpulan data yang telah dilakukan dalam penelitian ini serta memuat saran dan rekomendasi untuk dapat melakukan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Kajian Induktif

Kajian induktif adalah kajian pustaka yang bermakna untuk dapat menjaga keaslian sebuah penelitian. Dalam kajian induktif dapat dilihat perkembangannya dalam suatu penelitian, keterbatasan dan kekurangan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya serta perkembangan metode yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Kajian induktif didapatkan dari penelitian-penelitian terdahulu yang mengandung beberapa konsep relevan dan berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan dalam penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dilakukan pada tempat yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Erna Delima Sikumbang (2017) tentang analisis tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis periklanan dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Fuzzy*. Penelitian menunjukkan bahwa hasil yang didapat dari pengukuran 4 dimensi terdapat 1 atribut yang memiliki nilai rendah yaitu pada dimensi *Empathy* sehingga dimensi ini menjadi prioritas bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan dapat dilakukan peningkatan kualitas pelayanan.

Kemudian penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh Lucky Lhaura Van FC & Lisnawita (2017) tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada Purna Jual CV dengan menggunakan metode *Servqual* dan *Fuzzy Logic*. Penelitian ini menunjukkan hasil dari pengolahan data meliputi input yaitu tingkat kualitas pelayanan didapat dari bilangan *real* sebesar 6,99 yang berarti variabel tingkat pelayanan baik, kemudian tingkat harga dengan bilangan *real* sebesar 65,2 yang berarti variabel tingkat harga murah. Output yang didapatkan hanya satu, yaitu berupa tingkat kepuasan konsumen dengan bilangan *real* sebesar 550 yang berarti tingkat kepuasan konsumen sudah dikatakan puas.

Amalia Susepti, Djahmur Hamid & Andirani Kusumawati (2017) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas tamu pada hotel, metode yang digunakan yaitu adalah *Servqual*. Dalam penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel maka kepuasan tamu yang mendapat pelayanan tersebut akan semakin baik juga. Kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas dari tamu hotel, dengan menyediakan layanan yang berkualitas tinggi adalah sebuah cara yang efektif untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Muhammad Ridwan (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh dari kualitas dan fasilitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko bangunan Aisyah dengan menggunakan metode *Service Quality*. Dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko bangunan Aisyah Mandiri. Dengan menggunakan metode *Servqual* hasilnya menunjukkan kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi kepuasan dari konsumen.

Putri Ragil Purnaningsih (2017) meneliti tentang pengukuran kepuasan pelanggan pada hotel XYZ dengan, dalam penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dan IPA. Hasil didapatkan bahwa pengunjung sudah cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh hotel. Hasil perhitungan *Service Quality* menunjukkan bahwa diketahui pada dimensi *Assurance* memiliki tingkat kepuasan yang tertinggi sementara dimensi *Tangible* memiliki tingkat kepuasan yang terendah. Sementara itu hasil perhitungan IPA menunjukkan bahwa perlu dilakukan usulan perbaikan dengan melakukan pengecekan ruangan yang dilakukan secara berkala, melakukan perawatan serta perbaikan, melakukan sistem *reward and punishment* pada pegawainya juga melakukan *training* untuk pegawai baru.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi (2017) dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Fuzzy* melakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan mahasiswa dan terhadap pelayanan fasilitas yang diberikan oleh universitas dan bagaimana universitas memberikan layanan fasilitas tersebut kepada

mahasiswa. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan bernilai negatif secara keseluruhan, dan hasil yang paling tinggi terdapat pada ketersediaannya lahan parkir. Dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini diketahui bahwa atribut tersebut perlu dilakukan perbaikan segera karena banyak dikeluhkan mahasiswa.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Andri Rizko Yulianto (2018) yang meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diperoleh dengan hasil uji koefisien korelasi yang menunjukkan hubungan positif yang berarti terdapat hubungan kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Selain itu terdapat juga pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan uji persamaan regresi nilai konstanta yang dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Chalis Fajri Hasibuan (2020) meneliti tentang pemberian layanan yang terbaik untuk dapat meningkatkan tingkat kedatangan konsumen pada layanan grosir. Dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Fuzzy* diketahui bahwa atribut yang menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan adalah jarak sarana penunjang menuju pertokoan memiliki nilai gap yang paling tinggi, nilai gap tertinggi ini berada pada dimensi *Empathy*. Sehingga dengan hasil yang didapatkan dimensi *Empathy* perlu diprioritaskan untuk evaluasi dan peningkatan pelayanan.

Hesti Sholikhah dan Syahroni Wahyu Iriananda (2017) meneliti tentang mempertahankan kualitas pelayanan pada salah satu jasa Travel Satria Trans dengan menggunakan metode *Fuzzy* dan *Service Quality*. Pada penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan nilai paling rendah pada persepsi pelanggan yaitu fasilitas yang disediakan oleh travel belum lengkap dan memadai, sedangkan nilai terendah pada harapan pelanggan adalah petugas travel yang tidak terampil ketika melayani pelanggan. Dari hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh Travel Satria Trans untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Jazuli (2020) yang meneliti tentang analisis kualitas pelayanan pada PT XYZ. Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Servqual* hasil yang didapatkan adalah atribut yang perlu diperbaiki yaitu karyawan yang menindaklanjuti gangguan, keamanan dari kerusakan pada barang serta ketersediaan brosur.



Tabel 2.1 Perbandingan Kajian Pustaka

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Erma Delima Sikumbang (2017)	Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat melakukan perbaikan pada sistem kualitas pelayanan untuk kelangsungan bisnis periklanan yang semakin ketat setiap tahun.	Kepuasan pelanggan	<i>Service Quality</i> dan <i>Fuzzy</i>	Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa dari pengukuran pada 4 dimensi kualitas pelayanan, hasil yang didapat terdapat 1 atribut yang bernilai rendah yaitu dimensi Emphaty yang berarti dimensi inilah yang menjadi perhatian dan prioritas bagi perusahaan untuk dapat melakukan evaluasi dan melakukan peningkatan kualitas pelayanannya.

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Lucky Lhaura Van FC & Lisnawita (2017)	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Purna Jual CV	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis dan mengetahui kepuasan pelanggan pada pelayanan Purna Jual CV	Kepuasan pelanggan	<i>Service Quality</i> dan <i>Fuzzy Logic</i>	Hasil dari pengolahan data meliputi input yaitu tingkat kualitas pelayanan didapat dari bilangan <i>real</i> 6,99 yang berarti variabel tingkat pelayanan baik, tingkat harga dengan bilangan <i>real</i> 65,2 yang berarti tingkat harga murah. Output yang didapatkan hanya satu yaitu tingkat kepuasan konsumen dengan bilangan <i>real</i> 550 yang berarti tingkat kepuasan konsumen sudah dikatakan puas.
3.	Amalia Susepti, Djamhur	Pengaruh Kualitas Pelayanan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk	Pengaruh kualitas pelayanan	<i>Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan menunjukkan

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Hamid & Andirani Kusumawati (2017)	Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel	mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan pada kepuasan dan loyalitas dari tamu hotel	pada kepuasan dan loyalitas		bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu. Jika semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan dari tamu yang dilayani akan semakin baik. Kualitas dari pelayanan juga berpengaruh terhadap loyalitas dari tamu, menyediakan layanan yang berkualitas tinggi adalah cara yang efektif untuk dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan.

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Muhammad Ridwan (2017)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Aisyah Mandiri	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besar pengaruh dari fasilitas dan kualitas pelayanan pada konsumen Toko Bangunan Aisyah.	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan	<i>Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari fasilitas, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko bangunan Aisyah Mandiri. Dengan menggunakan metode <i>Service Quality</i> hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas mempengaruhi terhadap kepuasan dari konsumen.
5.	Putri Ragil Purnaningsih (2017)	Pengukuran Kepuasan Pelanggan	Tujuan dari penelitian ini adalah	Pengukuran kepuasan	<i>Importance Performance Index</i> dan	Hasil yang didapatkan menunjukkan

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Hotel XYZ Menggunakan Metode <i>Servqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	mengetahui tingkat kepuasan pengunjung Hotel XYZ.		<i>Service Quality</i>	bahwa pengunjung sudah cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Hotel. Dari hasil perhitungan <i>Service Quality</i> diketahui pada dimensi <i>Assurance</i> memiliki tingkat kepuasan yang tertinggi sedangkan dimensi <i>Tangible</i> memiliki tingkat kepuasan yang terendah. Dari hasil perhitungan IPA diketahui bahwa perlu dilakukan usulan perbaikan dengan cara pengecekan ruangan yang dilakukan secara

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
						berkala, perawatan dan perbaikan, melakukan sistem <i>reward and punishment</i> serta melakukan <i>training</i> pada karyawan baru.
6.	Nanny Fajar Kartika dan Suprayogi (2017)	Implementasi Fuzzy - Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana universitas dapat memberikan layanan fasilitas yang baik kepada mahasiswa	Kepuasan mahasiswa universitas Dian Nuswantoro	<i>Fuzzy dan Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa berdasarkan pengolahan dan analisa data dengan menggunakan metode <i>fuzzy-servqual</i> dapat diketahui tingkat kualitas pelayanan secara keseluruhan bernilai negatif, atribut yang memiliki nilai gap tertinggi yaitu ketersediaan

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
						<p>lahan parkir. Sehingga dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa atribut tersebut perlu segera dilakukan perbaikan karena banyak dikeluhkan oleh mahasiswa.</p>
7.	Andri Rizko Yulianto (2018)	Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, mengetahui pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	<i>Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa berdasarkan uji koefisien korelasi memiliki nilai sebesar 0,691 yang artinya hubungan variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) masuk dalam kategori kuat. Kemudian

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
						berdasarkan uji persamaan regresi hasil nilai konstanta (a) sebesar 12,814 dan nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b) sebesar 0,711 yang disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.
8.	Chalis Fajri Hasibuan (2020)	The Measurement of Customer Satisfaction Towards the Service Quality at XYZ Wholesale by Using Service Quality Method	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pelayanan yang terbaik yang menjadi salah satu faktor tingkat kedatangan konsumen pada layanan grosir.	Tingkat kedatangan pelanggan pada layanan grosir.	<i>Service Quality dan Fuzzy</i>	Hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa berdasarkan nilai gap setiap atribut yang menjadi penyebab menurunnya kepuasan adalah jarak sarana penunjang menuju tempat

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
						<p>pertokoan yang memiliki nilai gap tertinggi. Berdasarkan nilai gap yang memiliki nilai tertinggi adalah dimensi <i>Empathy</i> dengan gap sebesar -2,20 yang berarti dimensi ini perlu mendapatkan prioritas untuk dapat dilakukan evaluasi dan peningkatan.</p>
9.	Hesti Sholikhah dan Syahroni Wahyu Iriananda (2017)	Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mempertahankan kualitas pelayanan sebagai salah satu penyedia jasa travel yang terus berkembang di era globalisasi	Kualitas pelayanan pada jasa Travel Satria Trans	<i>Fuzzy dan Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan berdasarkan perhitungan <i>defuzzifikasi</i> nilai yang paling rendah pada persepsi pelanggan adalah fasilitas yang disediakan belum lengkap dan memadai

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
						<p>dengan nilai sebesar 8,812. Kemudian berdasarkan nilai yang paling rendah pada harapan adalah petugas travel yang tidak terampil ketika melayani pelanggan dengan nilai sebesar 9,621. Berdasarkan hasil perhitungan indeks kepuasan pelanggan atau IKP mendapatkan hasil sebesar 83,76%, maka dari hasil IKP yang didapat dapat dijadikan sebagai acuan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan.</p>

No.	Nama Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
10.	Muhammad Jazuli (2020)	Analisis Kualitas Pelayanan Dengan <i>SERVQUAL</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> di PT XYZ	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pada kualitas pelayanan di PT XYZ	Kualitas pelayanan	<i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Service Quality</i>	Hasil yang didapatkan dengan menggunakan metode <i>Service Quality</i> menunjukkan hasil <i>gap</i> sebesar 0,59 dengan atribut yang perlu diperbaiki yaitu adalah karyawan yang menindaklanjuti gangguan, keamanan barang dari kerusakan serta ketersediaan brosur.

2.2 Kajian Deduktif

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Lewis dan Booms (1983) kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi dari konsumen, sementara Tjiptono (2012) mengatakan bahwa kualitas layanan merupakan sesuatu yang konsumen persepsikan. Kualitas jasa dapat melalui pemenuhan kebutuhan pelanggan dan secara tepat penyampaian untuk dapat memenuhi harapan dari pelanggan (Tjiptono, 2005).

Ada dua faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* (jasa yang diharapkan) dan *perceived service* (jasa yang dipersepsikan) menurut Parasuraman et al (1985) dalam (Tjiptono, 2005). Jika jasa yang dipersepsikan lebih baik dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa tersebut dapat dikatakan ideal, jika jasa yang dipersepsikan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa tersebut dapat dikatakan baik, begitu juga sebaliknya. Apabila jasa yang dipersepsikan lebih buruk dibandingkan dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa tersebut dikatakan buruk.

2.2.2 Definisi Konsumen

Menurut Yamit (2005) konsumen diartikan sebagai orang yang membeli atau menggunakan produk, sementara Handayani (2012) mendefinisikan konsumen adalah seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa atau perusahaan yang membeli barang atau menggunakan jasa tertentu. Sedangkan Yola (2013) mengatakan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai karena konsumen adalah pengguna produk.

2.2.3 Definisi Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Armstrong (2004) dalam Jasfar halaman 19 tahun 2012 mengatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap suatu kinerja atau hasil produk dengan harapannya. Sementara Kotler (1997) dalam Lupiyoadi halaman 229 tahun 2014 menyatakan bahwa pencapaian

kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan seperti memberikan kesempatan pada pelanggan untuk menyampaikan keluhan, mampu mengembangkan komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan pelayanan dan memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dengan pelanggan.

Tjiptono (1996) mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon dari pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan oleh pelanggan terhadap harapan dan kinerja yang dirasakan. Kepuasan pelanggan sendiri merupakan evaluasi dimana dapat memberikan hasil yang sama atau lebih baik dari harapan pelanggan, sementara itu ketidakpuasan pelanggan muncul ketika hasil yang didapatkan tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

2.2.4 Service Quality

Metode *Service Quality* atau disebut juga sebagai metode SERVQUAL adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Metode ini mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi sehingga diperoleh nilai kesenjangan atau selisih antara persepsi konsumen dengan layanan yang diterima konsumen serta harapan terhadap layanan yang akan diterima. Metode *Service Quality* ini juga dikenal dengan *Gap Analysis Model*, ada lima kesenjangan atau *gap* antara persepsi manajemen dengan konsumen yang terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh (Parasuraman, 1985). Adapun gap atau kesenjangan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Gap 1 yaitu perbedaan antara ekspektasi konsumen dengan pendapat manajemen terhadap ekspektasi konsumen
2. Gap 2 yaitu perbedaan antara pendapat manajemen terhadap ekspektasi konsumen dengan translasi dari ekspektasi konsumen yang menjadi spesifikasi dan desain kualitas pelayanan
3. Gap 3 yaitu perbedaan antara pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen
4. Gap 4 yaitu perbedaan antara pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan kualitas pelayanan yang dijanjikan oleh penyedia jasa

5. Gap 5 yaitu perbedaan antara harapan atau ekspektasi

Metode *Service Quality* ini berdasarkan asumsi konsumen yang membandingkan kinerja jasa pada atribut dengan standar ideal untuk setiap atribut-atribut jasa yang digunakan. Metode ini umum digunakan untuk dapat mengukur kualitas pelayanan dan menilai suatu kualitas layanan berdasarkan lima dimensi kualitas, Parasuraman (1998) dan Zeithaml (1996) melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan melakukan identifikasi faktor yang mempengaruhi kualitas jasa atau disebut dimensi kualitas, terdapat lima dimensi pokok yaitu:

1. *Tangible* atau bukti langsung yaitu meliputi penampilan fisik, pegawai, perlengkapan dan sarana untuk komunikasi.
2. *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan pegawai untuk memberikan pelayanan dengan akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* atau daya tanggap yaitu keinginan pegawai untuk memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* atau jaminan yaitu meliputi kemampuan, pengetahuan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki pegawai dan terbebas dari resiko dan bahaya.
5. *Empathy* atau empati yaitu meliputi komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan dari pelanggan.

Skor *Service Quality* merupakan selisih antara pelayanan yang diterima atau dipersepsikan oleh konsumen (persepsi) dengan pelayanan yang diinginkan konsumen (harapan). Nantinya hasil yang didapatkan dari pengukuran akan dilakukan perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan dari tiap atribut, dengan begitu akan didapat *gap* atau selisih dari harapan dan hasil yang didapatkan oleh pelanggan. Skor untuk setiap pertanyaan untuk masing-masing dihitung berdasarkan rumus yang dijabarkan oleh (Khalil et al, 2012):

$$\text{Service Quality Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad (2.1)$$

$$S = (P) - (E)$$

Keterangan:

S = Skor kualitas layanan

P = Skor persepsi

E = Skor ekspektasi/harapan

2.2.5 Metode Fuzzy

Professor Lotfi Zadeh pada pertengahan tahun 1960 menemukan sistem fuzzy pertama kali di Universitas California. Ada beberapa pengertian tentang *fuzzy set* ini sendiri dari beberapa ahli baik dalam maupun luar negeri seperti yang dijelaskan oleh Prof. Lotfi Zadeh dan George J. Klir dalam Kusumadewi (2004) yang mengatakan *fuzzy set* adalah himpunan dari objek baik konkrit maupun abstrak dengan batasan yang tidak jelas sehingga keanggotaan objek didalam himpunan cenderung suatu tingkatan daripada batasan anggota. Selain itu menurut Hadipriyono dalam Kusumadewi (2004) menyebutkan *fuzzy set* adalah himpunan pernyataan yang definisi tidak jelas sehingga menyebabkan penilaian yang dilakukan pada pernyataan tergantung kepada persepsi masing-masing. Beberapa alasan penggunaan *fuzzy logic* antara lain:

1. Konsep dari *fuzzy logic* ini mudah dimengerti, penalaran *fuzzy* sangat sederhana sehingga mudah dipahami
2. *Fuzzy logic* dapat mengaplikasikan pengalaman para ahli secara langsung
3. *Fuzzy logic* mampu memodelkan fungsi non-linier yang kompleks
4. Fuzzy logic sangat fleksibel dan memiliki toleransi pada data yang tidak tepat

Dalam model fungsi keanggotaan yang dipakai dalam suatu nilai *Fuzzy*, fungsi keanggotaan yang banyak digunakan dalam aplikasinya adalah *Triangular Fuzzy Number* atau dapat disebut juga sebagai fungsi T. *Fuzzy number* sendiri adalah spesial *fuzzy set* $F = \{x, \mu_x(x), x \in R\}$. Suatu *Triangular Fuzzy Number* biasanya dinotasikan dengan $M = (a, b, c)$ dimana $a \leq b \leq c$ dengan fungsi keanggotaan seperti dibawah ini:

$$\mu_M(x) = 0 \quad \text{Jika } x \leq a \text{ atau } x \geq c$$

$$\mu_M(x) = (x-a) / (b-a) \quad \text{Jika } a \leq x \leq b$$

$$\mu_M(x) = (c-x) / (c-b) \quad \text{Jika } b \leq x \leq c$$

2.2.6 Uji Validitas

Azwar (2000) mengatakan bahwa uji validitas ini berfungsi untuk validnya data, uji validitas ini digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur. Semakin tinggi tingkat validnya maka nilai kesalahan semakin kecil, sebaliknya semakin rendah tingkat validnya maka nilai kesalahan juga semakin besar serta semakin mendekati nilai 1 maka akan semakin baik. Untuk dapat menghitung tingkat valid dari item yang diukur dapat digunakan rumus korelasi seperti yang dijabarkan oleh (Sugiyono, 2008):

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2}} \quad (2.2)$$

Diketahui jika apabila r hitung $>$ r tabel maka terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan valid. Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka tidak terdapat korelasi antara variabel x dengan variabel y dan tidak valid.

2.2.7 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2008) uji reliabilitas merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama. Andika et al (2018) mengatakan semakin mendekati nilai 1 koefisien dari variabel maka semakin tinggi konsistensi jawaban pada pertanyaan dapat dipercaya dalam penelitian yang menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Dalam melakukan perhitungan dapat mengukur dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right] \quad (2.3)$$

Dengan:

α = koefisien reliabilitas

k = banyaknya pertanyaan

Jika koefisien $\alpha <$ 0,6 maka pertanyaan dikatakan tidak reliabel, sebaliknya jika $\alpha >$ 0,6 maka pertanyaan dikatakan reliabel.

2.2.8 Metode *Sampling*

Menurut Sugiyono (2013) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Sampel sendiri digunakan karena didalam penelitian tidak mungkin untuk meneliti seluruh anggota populasi dari konsumen, teknik *sampling* sendiri ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini digunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dimana *non-probability sampling* adalah sebuah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama setiap unsur suatu anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah sebuah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada Resto Yum Chicken yang berada di Jalan Kenari Kota Yogyakarta. Objek penelitian yang digunakan adalah kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen yang pernah mengunjungi Resto Yum Chicken.

3.2 Jenis Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan penunjang dalam melakukan penyusunan penelitian ini. Jenis dan metode yang digunakan dalam penelitian ini ada dua jenis data, data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti dari Resto Yum Chicken Yogyakarta yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung pada penelitian ini, data sekunder didapatkan dari hasil penelitian sebelumnya yaitu berupa jurnal, catatan historis dan referensi lain yang dapat membantu dalam menggali teori untuk pemecahan masalah.

3.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk dapat mendukung jalannya penelitian dalam melakukan uji kecukupan data, uji reliabilitas dan uji validitas. Berikut ini adalah instrumen yang menunjang penelitian adalah:

1. Laptop
2. Kuesioner kualitas pelayanan
3. *Software* Microsoft Excel 2016

4. Software IBM SPSS Statistic

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut (Sudjana, 1992):

$$n = \frac{\frac{Z_{\alpha}}{2} p(1-p)}{E^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

Z = nilai z atau tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan 90% maka nilai z adalah 1,64

p(1-p) = variasi populasi

E = kesalahan sampel yang dikehendaki

Nilai p dan 1-p tidak diketahui jumlahnya sehingga nilai p selalu diantara 0 sampai dengan 1 dengan nilai maksimum p maksimum, sehingga:

$$\frac{df(p)}{df(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$2p = 1$$

$$p = \frac{1}{2}$$

$$p = 0,5$$

Dengan nilai p sebesar 0,5 sehingga harga maksimum f(p) adalah sebagai berikut:

$$p(1-p) = 0,5(1-0,5)$$

$$p(1-p) = 0,25$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan tingkat kepercayaan sebesar 90% atau 1,96 maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{\frac{Z_{\alpha}}{2} p(1 - p)}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,64)^2 0,25}{(0,1)^2}$$

$$n = 67,24 \approx 68 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah minimum responden yang digunakan adalah 68 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat selama proses penelitian dilakukan, metode yang digunakan sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka bertujuan agar peneliti dapat menguasai konsep dan teori yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh peneliti dengan membaca dan mempelajari referensi yang ada seperti jurnal, literatur dan tulisan ilmiah yang digunakan sebagai landasan teori.

2. Observasi Lapangan

Observasi dilakukan dengan cara melakukan penelitian dan pengamatan langsung ke objek yang diteliti untuk dapat memperoleh data yang dibutuhkan secara aktual.

3. Kuesioner

Kuesioner digunakan untuk dapat mengetahui evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan mengetahui harapan dari konsumen terhadap pelayanan yang didapatkan.

4. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan subjek yang dibutuhkan dalam penelitian.

3.6 Metode Pengujian Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat mengetahui suatu pertanyaan didalam sebuah kuesioner sudah valid, apabila pertanyaan yang digunakan belum valid maka dapat diganti. Pengolahan data pada uji validitas ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Hasil perhitungan dari r_{hitung} dilakukan dengan alat bantu *IBM SPSS Statistic* dapat dilihat dari hasil *Correlated Item Total Corelation*, H_0 dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ begitu juga sebaliknya. Hipotesis yang digunakan dalam menguji validitas adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Penelitian

H_0 : Pernyataan dalam kuesioner valid

H_1 : Pernyataan dalam kuesioner tidak valid

2. Uji Hipotesis

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk dapat mengukur reliabilitas sebuah kuesioner ketika objek yang sama diukur secara berulang-ulang dan data yang dihasilkan konsisten. Uji ini sebagai alat ukur untuk dapat mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan didalam kuesioner yang reliabel dengan outputnya yaitu *Cronbach's Alpha*. Apabila hasil *Cronbach's Alpha* diatas 0,6 maka hasil pengukuran dapat dikatakan relatif konsisten jika dilakukan pengukuran yang berulang-ulang. Hipotesis yang digunakan dalam menguji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Penelitian

H_0 : Kuesioner reliabel

H_1 : Kuesioner tidak reliabel

2. Uji Hipotesis

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_0 diterima

$r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

3.7 Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

3.7.1 Pengumpulan Data

Langkah-langkah dalam melakukan pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Pustaka

Informasi dan data didapatkan dengan cara membaca dan mempelajari referensi yang ada seperti jurnal, literatur dan tulisan ilmiah yang digunakan sebagai landasan teori dalam melakukan analisis penelitian.

2. Studi Lapangan

Informasi dan data didapatkan dengan cara:

- a. Melakukan wawancara dengan pihak manajemen Resto Yum Chicken dan konsumen dari Resto Yum Chicken untuk mendapatkan informasi dan permasalahan yang ada.
- b. Melakukan penyusunan kuesioner untuk mendapat data penelitian yang dilakukan pada Resto Yum Chicken. Variabel yang digunakan dalam kuesioner ditentukan melalui pengamatan secara langsung pada saat melakukan observasi lapangan. Adapun atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Atribut Kualitas Pelayanan

No	Daftar Pertanyaan
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi
2	Kebersihan tempat makan
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)
4	Harga menu yang terjangkau
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	
6	Jam operasional tepat waktu
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan
11	Kemudahan dalam memesan makanan
12	Kemudahan dalam transaksi
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan
Jaminan (<i>Assurance</i>)	

14	Karyawan menguasai informasi menu
15	Proses pembuatan makanan higienis
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)
Empati (<i>Empathy</i>)	
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan
20	Karyawan melayani dengan ramah
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)
22	Manajemen menerima komplain pelanggan

- c. Melakukan penyusunan kuesioner dengan menggunakan tingkat kinerja dan tingkat harapan dari pelanggan dengan atribut yang berjumlah 22 atribut yang terbagi kedalam 5 dimensi sesuai dengan skala *Likert* dengan skor 1 sangat tidak setuju dan skor 5 sangat setuju.
- d. Melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang datang mengunjungi Resto Yum Chicken dengan responden yang didapatkan berjumlah 80 responden.

3.7.2 Pengolahan Data

Langkah-langkah dalam melakukan pengolahan data sebagai berikut:

1. Melakukan pengolahan data kuesioner

Setelah data didapatkan melalui penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya, maka data tersebut akan dihitung jumlahnya baik yang cacat maupun tidak dengan melihat pada kelengkapan jawaban yang diberikan oleh responden yang kemudian data tersebut akan dikumpulkan dalam tabel.

2. Melakukan uji kecukupan data

Uji kecukupan data dilakukan untuk dapat mengetahui apakah data yang didapatkan sudah cukup atau belum. Dengan tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 90%.

3. Melakukan uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengetahui data yang didapatkan valid dan reliabel jika dilakukan pengukuran, uji ini menggunakan alat bantu berupa *IBM SPSS Statistic*.

3.8 Analisis Data

Penelitian ini dalam melakukan analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Fuzzy-Service Quality*. Kedua metode ini digunakan untuk dapat menentukan tindakan perbaikan atau usulan yang dapat digunakan oleh pengelola agar dapat mencapai tujuan penelitian yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan dari pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan.

3.8.1 Fuzzy Set

Fuzzy set akan digunakan untuk dapat menentukan nilai yang diberikan responden pada setiap atribut yang ada pada kuesioner, *Triangular Fuzzy Number* digunakan dalam melakukan penentuan skor untuk perhitungan nilai untuk setiap atribut yang diberikan responden. Nilai *Triangular Fuzzy Number* didapatkan dari rata-rata jumlah hasil jawaban setiap responden dari tiap atribut pertanyaan kuesioner sesuai dengan kategori yang diberikan. Kategorinya antara lain sebagai berikut:

KB = Kurang Baik (1,2,3)

CB = Cukup Baik (2,3,4)

SB = Sangat Baik (3,4,5)

Berikut ini merupakan contoh perhitungan *Triangle Fuzzy Number*:

1. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Kurang Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN\ KB = \frac{\sum N1KB}{n}$$

2. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Cukup Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN\ CB = \frac{\sum N1CB}{n}$$

3. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Sangat Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN SB = \frac{\sum N1SB}{n}$$

Keterangan:

$N1_{KB}$ = Nilai *TFN* Kurang Baik (1,2,3)

$N1_{CB}$ = Nilai *TFN* Cukup Baik (2,3,4)

$N1_{SB}$ = Nilai *TFN* Sangat Baik (3,4,5)

n = Jumlah responden yang menjawab

3.8.2 Defuzzifikasi

Selanjutnya dilakukan proses *fuzzifikasi* untuk menentukan skor yang diberikan responden untuk setiap atribut yang ditanyakan dalam kuesioner. Sehingga nilai yang digunakan dalam melakukan penentuan skor yang digunakan untuk perhitungan nilai *fuzzifikasi* adalah Kurang Baik dengan nilai 1,2,3 kemudian Cukup dengan nilai 2,3,4 dan Sangat Baik dengan nilai 3,4,5. Lalu dilanjutkan dengan proses *defuzzifikasi*, proses ini digunakan untuk melakukan penentuan derajat keanggotaan dan *defuzzifikasi*. Nilai derajat keanggotaan ini diperoleh dari perhitungan nilai *TFN* yang dilakukan sebelumnya dengan fungsi derajat keanggotaan sebagai berikut:

$$\mu(x) = 0; x \leq a \text{ atau } x \geq c$$

$$\mu(x) = \frac{(x-a)}{(b-a)}; a \leq x \leq b$$

$$\mu(x) = \frac{(c-x)}{(c-b)}; b \leq x \leq c$$

Setelah nilai derajat keanggotaan telah diketahui maka selanjutnya adalah menghitung *defuzzifikasi*.

3.8.3 Service Quality

Metode *Service Quality* ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan dari atribut masing-masing dimensi yang digunakan sehingga diperoleh nilai kesenjangan atau selisih antara persepsi konsumen dengan layanan yang diterima konsumen serta harapan

terhadap layanan yang diterima. Hasilnya akan dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$\text{Service Quality Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad (3.2)$$

$$S = P - E$$

Keterangan:

S = Kualitas pelayanan

P = Persepsi konsumen

E = Harapan konsumen

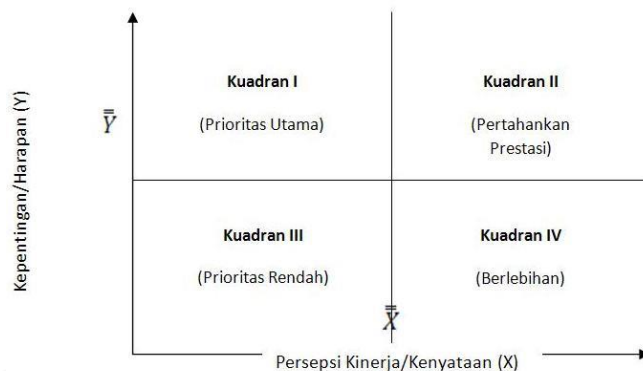
Setelah melakukan perhitungan *gap* dan didapatkan hasil *gap* antara kinerja dengan harapan, kemudian dilanjutkan dengan melakukan perhitungan kualitas tiap dimensi dengan menggunakan rumus:

$$Q = P/E \quad (3.3)$$

Jika hasil yang didapatkan menunjukkan $Q \geq 1$ maka kualitas pelayanan dikatakan baik, begitu juga sebaliknya jika hasil yang didapatkan $Q \leq 1$ maka pelayanan yang dilakukan kurang baik.

3.8.4 Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang terbagi menjadi 4 bagian kuadran yang dibatasi dengan dua garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y dimana nilai X adalah nilai rata-rata kinerja sedangkan nilai Y adalah nilai rata-rata harapan seperti pada gambar 3.1 dibawah ini:



Gambar 3.1 Diagram Kartesius
Sumber: Supranto (2001)

Adapun kuadran dalam diagram kartesius ini adalah:

1. **Kuadran I**
Atribut-atribut yang berada didalam kuadran I ini dinilai sangat penting namun kinerjanya masih belum memuaskan pelanggan, maka dari itu atribut-atribut tersebut menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki.
2. **Kuadran II**
Atribut-atribut yang berada didalam kuadran II ini dinilai sebagai atribut bertahan atau sudah dianggap bagus dan harus bisa dipertahankan karena telah berhasil memuaskan sehingga harus dipertahankan.
3. **Kuadran III**
Atribut-atribut yang berada didalam kuadran III ini dinilai sebagai atribut yang memiliki prioritas rendah, artinya atribut ini memiliki pengaruh yang kurang penting bagi pelanggan. Atribut ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan kinerjanya.
4. **Kuadran IV**
Atribut-atribut yang berada didalam kuadran IV ini dinilai kurang penting bagi kepuasan pelanggan namun kinerjanya sangat memuaskan.

3.9 Kesimpulan dan Saran

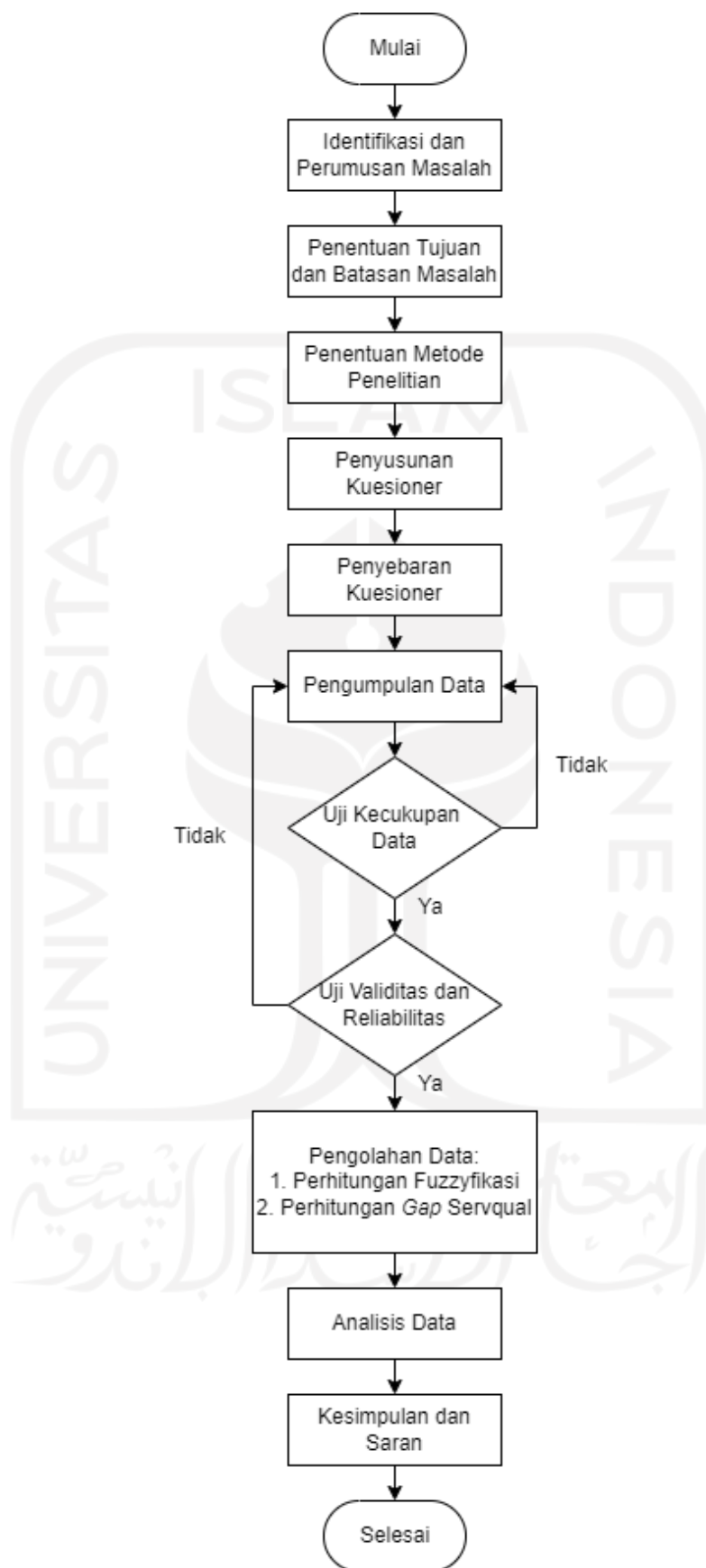
Langkah terakhir dalam penelitian adalah memberikan kesimpulan dan saran, kesimpulan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yang sebelumnya telah dibuat. Selanjutnya setelah rumusan masalah telah terjawab maka dari hasil yang

didapatkan dari penelitian ini akan diberikan saran untuk bahan pertimbangan perbaikan dan dapat digunakan sebagai penelitian selanjutnya.

3.10 Diagram Alir Penelitian

Tahapan dalam penelitian ini adalah seperti pada gambar 3.2 sebagai berikut:





Gambar 3.2 Flowchart Penelitian

BAB IV

PENGOLAHAN DAN PENGUMPULAN DATA

4.1 Profil Perusahaan

Yum Chicken adalah salah satu usaha yang bergerak dalam bidang industri kuliner yang berada di Jalan Kenari no.3C Kota Yogyakarta yang berada tidak jauh dari Gor Among Rogo, selain itu restoran ini juga dekat dengan beberapa sekolah seperti SMA Muhammadiyah 2, SMP Muhammadiyah 2, SD Sokonandi serta kampus UAD. Restoran ini tidak terlalu besar dan berada tepat di pinggir jalan sehingga tidak sulit untuk mengunjungi restoran ini. Bagian dalam restoran ini cukup baik dan nyaman bagi pelanggan untuk makan ditempat. Menu-menu yang disediakan oleh restoran ini adalah menu-menu simple atau masuk ke dalam kategori fast food seperti ayam goreng crispy, ayam geprek, mie, rice bowl dan beberapa menu lainnya. Restoran ini buka setiap hari senin sampai dengan sabtu dari jam 09.30-21.00, restoran ini menawarkan beberapa pilihan seperti pesan antar maupun makan ditempat. Berikut ini merupakan logo dari Yum Chicken seperti pada gambar 4.1



Gambar 4.1 Logo Yum Chicken
Sumber: Pihak Yum Chicken

4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini merupakan visi dan misi dari Yum Chicken Yogyakarta:

VISI
Menjadikan Yum Chicken sebagai restoran ayam favorit pelanggan
MISI
Menyediakan makanan untuk pelanggan dan memberikan pelayanan terbaik
untuk kepuasan pelanggan

4.2 Pengumpulan Data

4.2.1 Kuesioner

Dalam pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan wawancara pada Resto Yum Chicken. Data kuesioner dapat diolah jika kuesioner telah diisi dengan benar dan memenuhi semua syarat dalam pengisian kuesioner, syaratnya antara lain harus mengisi semua pernyataan sesuai dengan pilihan yang telah diberikan didalam kuesioner. Dibawah ini merupakan atribut-atribut pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan seperti pada tabel 4.1:

Tabel 4.1 Daftar Pertanyaan Kuesioner Harapan dan Kinerja

No	Daftar Pertanyaan
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi
2	Kebersihan tempat makan
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)
4	Harga menu yang terjangkau
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	
6	Jam operasional tepat waktu
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan
11	Kemudahan dalam memesan makanan
12	Kemudahan dalam transaksi
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan
Jaminan (<i>Assurance</i>)	
14	Karyawan menguasai informasi menu
15	Proses pembuatan makanan higienis
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)

18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)
Empati (<i>Empathy</i>)	
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan
20	Karyawan melayani dengan ramah
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)
22	Manajemen menerima komplain pelanggan

Kuesioner ini telah disebar dan diisi oleh 80 responden yang merupakan pelanggan dari resto Yum Chicken Yogyakarta, berikut ini merupakan data responden seperti pada tabel 4.2 sampai dengan tabel 4.5:

1. Jenis kelamin

Pada tabel 4.2 dibawah ini menunjukkan responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah wanita sebanyak 53 orang dan responden laki-laki sebanyak 27 orang.

Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Wanita	53
Pria	27
Jumlah	80

2. Usia

Pada tabel 4.3 dibawah ini menunjukkan responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia 21-30 tahun sebanyak 53 orang, kemudian responden dengan usia < 20 tahun sebanyak 10 orang dan responden usia > 30 tahun sebanyak 17 orang.

Tabel 4.3 Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah
< 20 tahun	10
21-30 tahun	53
> 30 tahun	17
Jumlah	80

3. Pekerjaan

Pada tabel 4.4 dibawah ini menunjukkan responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah mahasiswa sebanyak 53 orang, kemudian responden yang masih pelajar sebanyak 10 orang, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 10

orang, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 orang dan lainnya sebanyak 2 orang.

Tabel 4.4 Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Mahasiswa	53
Pegawai Negeri	10
Pegawai Swasta	5
Pelajar	10
Lainnya	2
Jumlah	80

4. Frekuensi Kedatangan

Pada tabel 4.5 dibawah ini menunjukkan responden dalam penelitian ini sebagian besar datang mengunjungi restoran ini 1-3 kali sebanyak 63 orang, kemudian responden yang mengunjungi restoran 4-5 kali sebanyak 12 orang dan >5 kali sebanyak 6 orang.

Tabel 4.5 Responden Menurut Frekuensi Kedatangan

Kedatangan	Jumlah
1-3 kali	63
4-5 kali	12
>5kali	6
Jumlah	80

4.3 Pengolahan Data

4.3.1 Uji Kecukupan Data

Pada uji kecukupan data ini digunakan untuk dapat mengetahui banyaknya sampel yang akan dibutuhkan. Setelah melakukan pengujian dan didapatkan banyaknya sampel yang dibutuhkan berdasarkan pengujian yang dilakukan dibawah ini maka kuesioner yang telah dibuat dapat disebarkan berdasarkan objek yang digunakan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Sudjana, 1992):

(4.1)

$$n = \frac{Z_{\alpha} p(1 - p)}{E^2}$$

Keterangan:

Z = nilai z atau tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan 90% maka nilai z adalah 1,64

$p(1-p)$ = variasi populasi

E = kesalahan sampel yang dikehendaki

Nilai p dan 1-p tidak diketahui jumlahnya sehingga nilai p selalu diantara 0 sampai dengan 1 dengan nilai maksimum p maksimum, sehingga:

$$\frac{df(p)}{df(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$2p = 1$$

$$p = \frac{1}{2}$$

$$p = 0,5$$

Dengan nilai p sebesar 0,5 sehingga harga maksimum f(p) adalah sebagai berikut:

$$p(1-p) = 0,5(1-0,5)$$

$$p(1-p) = 0,25$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan tingkat kepercayaan sebesar 90% atau 1,96 maka jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 p(1-p)}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,64)^2 0,25}{(0,1)^2}$$

$$n = 67,24 \approx 68 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah minimum responden yang digunakan adalah 68 responden.

4.3.2 Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan data hasil dari 80 responden yang telah didapat dari kuesioner yang telah disebar. Pengolahan data pada uji validitas ini menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan (df) = n-2 maka dalam penelitian ini derajat kebebasan yang didapat adalah (df) = 80-2 = 78. Sehingga nilai dari r_{tabel} pada tabel r adalah (df) = 78, r_{tabel} 0,2199.

Agar hasil uji validitas akurat, perhitungan nilai r_{hitung} dapat menggunakan alat bantu berupa *software IBM SPSS Statistic* sehingga hasil yang didapatkan seperti pada tabel 4.6 dan 4.7 berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Harapan Yum Chicken

No	Daftar Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)				
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	0,2199	0,593	Valid
2	Kebersihan tempat makan	0,2199	0,477	Valid
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	0,2199	0,556	Valid
4	Harga menu yang terjangkau	0,2199	0,404	Valid
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	0,2199	0,278	Valid
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Jam operasional tepat waktu	0,2199	0,602	Valid
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	0,2199	0,646	Valid
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	0,2199	0,572	Valid
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	0,2199	0,478	Valid
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	0,2199	0,438	Valid
11	Kemudahan dalam memesan makanan	0,2199	0,517	Valid
12	Kemudahan dalam transaksi	0,2199	0,593	Valid
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	0,2199	0,283	Valid

Jaminan (Assurance)					
14	Karyawan menguasai informasi menu	0,2199	0,329	Valid	
15	Proses pembuatan makanan higienis	0,2199	0,646	Valid	
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	0,2199	0,575	Valid	
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	0,2199	0,438	Valid	
18	Keamanan penyebaran Covid-19 (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	0,2199	0,644	Valid	
Empati (Empathy)					
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	0,2199	0,549	Valid	
20	Karyawan melayani dengan ramah	0,2199	0,423	Valid	
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	0,2199	0,477	Valid	
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	0,2199	0,278	Valid	

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kinerja Yum Chicken

No	Daftar Pertanyaan	<i>r</i> tabel	<i>r</i> hitung	Keterangan
Bukti Fisik (Tangibles)				
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	0,2199	0,297	Valid
2	Kebersihan tempat makan	0,2199	0,328	Valid
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	0,2199	0,607	Valid
4	Harga menu yang terjangkau	0,2199	0,276	Valid
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	0,2199	0,284	Valid
Kehandalan (Reliability)				
6	Jam operasional tepat waktu	0,2199	0,364	Valid
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	0,2199	0,349	Valid

8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	0,2199	0,316	Valid
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	0,2199	0,465	Valid
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	0,2199	0,229	Valid
11	Kemudahan dalam memesan makanan	0,2199	0,237	Valid
12	Kemudahan dalam transaksi	0,2199	0,368	Valid
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	0,2199	0,532	Valid
Jaminan (Assurance)				
14	Karyawan menguasai informasi menu	0,2199	0,268	Valid
15	Proses pembuatan makanan higienis	0,2199	0,364	Valid
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	0,2199	0,327	Valid
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	0,2199	0,236	Valid
18	Keamanan penyebaran Covid-19 (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	0,2199	0,284	Valid
Empati (Empathy)				
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	0,2199	0,525	Valid
20	Karyawan melayani dengan ramah	0,2199	0,551	Valid
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	0,2199	0,491	Valid
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	0,2199	0,607	Valid

Sumber berdasarkan uji validitas dengan menggunakan software

Hasil perhitungan dari r_{hitung} dilakukan dengan alat bantu *IBM SPSS Statistic* dapat dilihat dari hasil *Correlated Item Total Corelation*, H_0 dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ begitu juga sebaliknya. Maka dari hasil perhitungan seperti pada tabel 4.2 diatas

menunjukkan bahwa hasil $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, yang artinya setiap item atribut yang digunakan dinyatakan valid.

4.3.3 Uji Reabilitas Data

Uji Reliabilitas menggunakan data hasil dari 80 responden yang telah didapat dari kuesioner yang telah disebar. Uji ini digunakan sebagai alat ukur untuk dapat mengukur tingkat konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan didalam kuesioner. *IBM SPSS Statistic* digunakan sebagai alat bantu untuk dapat menghasilkan hasil yang reliabel dengan outputnya yaitu *Cronbach's Alpha*. Maka setelah dilakukan perhitungan maka didapatkan hasil seperti tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

No	Jenis Pertanyaan	r tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kinerja Pelanggan	0,2199	0,705	Reliabel
2	Harapan Pelanggan	0,2199	0,855	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan nilai *Cronbach's Alpha* didapatkan hasil sebesar 0,705 untuk kinerja restoran, sedangkan untuk harapan pelanggan didapatkan hasil sebesar 0,855. Dari hasil yang didapatkan artinya hasil kuesioner yang telah dibagikan sudah reliabel karena hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* $\geq r_{tabel}$.

4.3.4 Perhitungan Fuzzy-Servqual

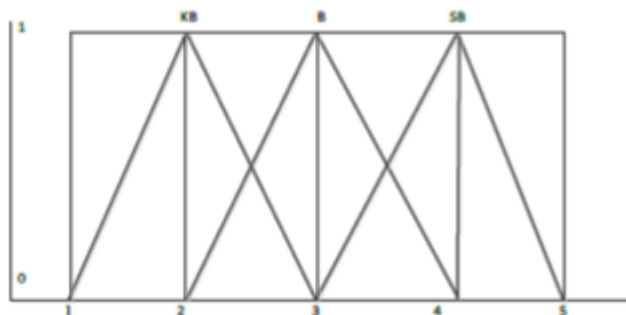
4.3.4.1 Menentukan Fuzzy Set

Dalam melakukan penentuan *fuzzy set* ini akan digunakan untuk dapat menentukan nilai yang diberikan responden pada setiap atribut yang ada pada kuesioner seperti pada gambar 4.2, dengan begitu nilai yang digunakan dalam melakukan penentuan skor untuk perhitungan nilai *Triangular Fuzzy Number* adalah sebagai berikut:

KB = Kurang Baik (1,2,3)

CB = Cukup Baik (2,3,4)

SB = Sangat Baik (3,4,5)

Gambar 4.2 Nilai *Fuzzy Set* Untuk Variabel *TFN*

Sumber: (Chen & Hwang, 1992)

4.3.4.2 Proses *Fuzzifikasi*

Tujuan dari proses *fuzzifikasi* adalah untuk menentukan skor yang diberikan responden untuk setiap atribut yang ditanyakan dalam kuesioner. Sehingga nilai yang digunakan dalam melakukan penentuan skor yang digunakan untuk perhitungan nilai *fuzzifikasi* adalah Kurang Baik dengan nilai 1,2,3 kemudian Cukup dengan nilai 2,3,4 dan Sangat Baik dengan nilai 3,4,5. Maka perhitungan *fuzzifikasi* untuk atribut kepuasan dan harapan seperti dalam tabel 4.9 dan 4.10 dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil *Fuzzifikasi* Kinerja Menurut Responden

No	Atribut	TFN		
		KB	CB	SB
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)				
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	2,83	3,46	3,50
2	Kebersihan tempat makan	3,00	3,11	3,82
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	2,63	3,35	3,50
4	Harga menu yang terjangkau	2,71	3,13	3,64
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	2,77	3,33	3,50
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Jam operasional tepat waktu	2,83	2,93	3,55
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	2,83	2,73	3,71
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	2,75	3,58	3,46
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	3,00	3,25	3,60
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	2,83	3,42	3,44

11	Kemudahan dalam memesan makanan	3,00	3,40	3,59
12	Kemudahan dalam transaksi	3,00	3,33	3,46
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	2,50	3,33	3,46
Jaminan (Assurance)				
14	Karyawan menguasai informasi menu	2,60	3,40	3,50
15	Proses pembuatan makanan higienis	3,00	3,14	3,59
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	2,33	3,15	3,50
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	2,00	3,44	3,50
18	Keamanan penyebaran Covid-19 (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	2,50	3,22	3,60
Empati (Empathy)				
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	2,71	3,41	3,54
20	Karyawan melayani dengan ramah	2,83	3,43	3,48
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	2,00	3,31	3,65
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	2,77	2,91	3,50

Tabel 4.10 Hasil *Fuzzifikasi* Harapan Menurut Responden

No	Atribut	TFN		
		KB	CB	SB
Bukti Fisik (Tangibles)				
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	3,00	3,50	4,40
2	Kebersihan tempat makan	3,00	3,80	4,60
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	3,00	3,83	4,62
4	Harga menu yang terjangkau	3,00	3,86	4,61
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	3,00	3,95	4,89
Kehandalan (Reliability)				
6	Jam operasional tepat waktu	3,00	3,89	4,40
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	3,00	3,91	4,67
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	3,00	4,00	4,80
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	3,00	3,87	4,57
Daya Tanggap (Responsiveness)				
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	3,00	3,91	4,56
11	Kemudahan dalam memesan makanan	3,00	3,86	4,33
12	Kemudahan dalam transaksi	3,00	3,80	4,67
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	3,00	4,00	4,58
Jaminan (Assurance)				
14	Karyawan menguasai informasi menu	3,00	3,82	4,59
15	Proses pembuatan makanan higienis	3,00	3,94	4,33
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	3,00	3,67	4,56

17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	3,00	3,89	4,40
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	3,00	3,76	4,43
Empati (<i>Empathy</i>)				
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	3,00	3,92	4,60
20	Karyawan melayani dengan ramah	3,00	4,00	4,64
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	3,00	4,00	4,45
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	3,00	3,86	4,53

Nilai *Triangular Fuzzy Number* didapatkan dari rata-rata jumlah hasil jawaban setiap responden dari tiap atribut pertanyaan kuesioner sesuai dengan kategori yang diberikan. Kategorinya antara lain sebagai berikut:

KB = Kurang Baik (1,2,3)

CB = Cukup Baik (2,3,4)

SB = Sangat Baik (3,4,5)

Berikut ini merupakan contoh perhitungan *Triangle Fuzzy Number* pada pernyataan 1 kuesioner kinerja, yaitu karyawan mengenakan seragam yang rapi:

4. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Kurang Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN \text{ KB} = \frac{3+3+3+\dots+3+2+2}{12} = \frac{34}{12} = 2,82$$

5. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Cukup Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN \text{ CB} = \frac{4+4+\dots+3+3+3+\dots+2+2+2}{48} = \frac{166}{48} = 3,46$$

6. Menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number* untuk kategori Sangat Baik dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$TFN \text{ SB} = \frac{4+4+\dots+3+3+3+\dots+3+3}{20} = \frac{70}{20} = 3,50$$

Pada perhitungan setiap atribut untuk harapan dan kepuasan didapatkan dengan menggunakan rumus yang sama.

4.3.4.3 Proses Defuzzifikasi

Proses ini digunakan untuk melakukan penentuan derajat keanggotaan dan *defuzzifikasi*, berikut ini merupakan hasil derajat keanggotaan atribut beserta hasil *defuzzifikasi* harapan dan kinerja menurut responden seperti pada tabel 4.11 dan 4.12:

Tabel 4.11 Tabel Derajat Keanggotaan dan *Defuzzifikasi* Kinerja

No	Atribut	$\mu(x)$			Defuzzifikasi
		KB	CB	SB	
Bukti Fisik (Tangibles)					
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	0,17	0,54	1,50	3,44
2	Kebersihan tempat makan	0	0,89	1,17	3,52
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	0,38	0,65	1,50	3,33
4	Harga menu yang terjangkau	0,29	0,888	1,36	3,35
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	0,23	0,67	1,50	3,38
Kehandalan (Reliability)					
6	Jam operasional tepat waktu	0,17	1,07	1,45	3,26
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	0,17	1,27	1,29	3,20
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	0,25	0,42	1,54	3,40
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	0	0,75	1,40	3,48
Daya Tanggap (Responsiveness)					
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	0,17	0,58	1,56	3,39
11	Kemudahan dalam memesan makanan	0	0,60	1,41	3,53
12	Kemudahan dalam transaksi	0	0,67	1,43	3,50
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	0,50	0,67	1,54	3,25
Jaminan (Assurance)					
14	Karyawan menguasai informasi menu	0,40	0,60	1,50	3,33
15	Proses pembuatan makanan higienis	0	0,86	1,41	3,42
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	0,67	0,85	1,50	3,14
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	1,00	0,56	1,50	3,00
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	0,50	0,78	1,40	3,28
Empati (Empathy)					
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	0,29	0,59	1,46	3,40

20	Karyawan melayani dengan ramah	0,17	0,57	1,52	3,42
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	1,00	0,69	1,35	3,03
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	0,23	1,09	1,50	3,21

Tabel 4.12 Tabel Derajat Keanggotaan dan *Defuzzifikasi* Harapan

No	Atribut	$\mu(x)$			Defuzzifikasi
		KB	CB	SB	
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)					
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	0	0,50	0,60	3,99
2	Kebersihan tempat makan	0	0,20	0,40	4,33
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	0	0,17	0,38	4,38
4	Harga menu yang terjangkau	0	0,14	0,39	4,42
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	0	0,05	0,11	4,58
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
6	Jam operasional tepat waktu	0	0,11	0,60	4,32
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	0	0,09	0,33	4,51
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	0	0	0,20	4,80
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	0	0,13	0,43	4,41
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	0	0,09	0,44	4,45
11	Kemudahan dalam memesan makanan	0	0,14	0,67	4,25
12	Kemudahan dalam transaksi	0	0,20	0,33	4,34
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	0	0	0,42	4,58
Jaminan (<i>Assurance</i>)					
14	Karyawan menguasai informasi menu	0	0,18	0,41	4,35
15	Proses pembuatan makanan higienis	0	0,06	0,67	4,30
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	0	0,33	0,44	4,18
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	0	0,11	0,60	4,32
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	0	0,24	0,57	4,32
Empati (<i>Empathy</i>)					

19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	0	0,07	0,40	4,49
20	Karyawan melayani dengan ramah	0	0	0,36	4,64
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	0	0	0,55	4,45
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	0	0,14	0,47	4,38

Berikut ini merupakan contoh perhitungan derajat keanggotaan pada pernyataan 1 kuesioner kinerja, yaitu karyawan mengenakan seragam yang rapi:

$$\mu(x_1)_{KB} = \frac{(c-x)}{(c-b)} = \frac{(3-2,83)}{(3-2)} = \frac{0,17}{1} = 0,17$$

Nilai derajat keanggotaan ini diperoleh dari perhitungan nilai *TFN* yang dilakukan sebelumnya dengan fungsi derajat keanggotaan sebagai berikut:

$$\mu(x) = \frac{(c-x)}{(c-b)} ; b \leq x \leq c \text{ dimana } b = 2 \text{ } c = 3 \text{ untuk kategori Kurang Baik}$$

Berikut ini merupakan contoh perhitungan *defuzzifikasi* pada pernyataan 1 kuesioner kinerja, yaitu karyawan mengenakan seragam yang rapi:

$$z = \frac{(2,83 \times 0,17) + (3,46 \times 0,54) + (3,50 \times 1,50)}{0,17 + 0,54 + 1,50} = 3,44$$

4.3.4.4 Pengukuran Servqual

1. Perhitungan *gap*

Langkah pertama dalam pengukuran *Service Quality* adalah melakukan perhitungan pada *gap*, nilai *gap* ini diperoleh berdasarkan hasil selisih antara skor tingkat kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi nilai *gap* yang diperoleh maka semakin besar pelanggan merasa puas atas pelayanan yang mereka dapatkan. Untuk melakukan pengukuran *gap* maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Service Quality Score} = \text{Perception Score} - \text{Expectation Score} \quad (4.2)$$

$$S = P - E$$

Berikut ini merupakan hasil perhitungan dari *Service Quality* pada tabel 4.13:

Tabel 4.13 Nilai Kinerja, Harapan dan *Gap* Tiap Atribut

No	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)				
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	2,68	3,64	-0,96
2	Kebersihan tempat makan	3,64	3,63	0,01
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	3,16	3,71	-0,55
4	Harga menu yang terjangkau	3,23	3,63	-0,40
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	2,85	3,46	-0,61
<i>Mean</i>		3,89	4,52	
Kehandalan (<i>Reliability</i>)				
6	Jam operasional tepat waktu	3,40	3,95	-0,55
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	3,13	3,79	-0,66
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	3,16	3,79	-0,63
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	3,40	3,99	-0,59
<i>Mean</i>		3,27	3,88	
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	3,59	3,60	-0,01
11	Kemudahan dalam memesan makanan	3,87	3,93	-0,06
12	Kemudahan dalam transaksi	3,85	3,64	0,21
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	3,75	3,71	0,04
<i>Mean</i>		3,77	3,72	
Jaminan (<i>Assurance</i>)				
14	Karyawan menguasai informasi menu	3,16	3,51	-0,35
15	Proses pembuatan makanan higienis	3,40	3,79	-0,39
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	3,29	3,55	-0,26
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	3,36	3,60	-0,24
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat)	2,85	4,25	-1,40

	pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)			
	<i>Mean</i>	3,21	3,74	
Empati (<i>Empathy</i>)				
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	3,75	4,04	-0,29
20	Karyawan melayani dengan ramah	3,82	3,56	0,26
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	3,54	3,63	-0,09
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	3,85	3,46	0,39
	<i>Mean</i>	3,74	3,67	

Berikut ini merupakan contoh perhitungan nilai *gap* per atribut pada pernyataan 1 kuesioner kinerja, yaitu karyawan mengenakan seragam yang rapi:

$$Gap = 2,68 - 3,64 = -0,96$$

2. Perhitungan Nilai Kualitas Tiap Dimensi

Setelah melakukan perhitungan *gap* dan didapatkan hasil *gap* antara kinerja dengan harapan, kemudian dilanjutkan dengan melakukan perhitungan kualitas tiap dimensi dengan menggunakan rumus:

$$Q = P/E \quad (4.3)$$

Jika hasil yang didapatkan menunjukkan $Q \geq 1$ maka kualitas pelayanan dikatakan baik, begitu juga sebaliknya jika hasil yang didapatkan $Q \leq 1$ maka pelayanan yang dilakukan kurang baik. Dibawah ini merupakan nilai akhir dalam kualitas pelayanan tiap dimensi seperti pada tabel 4.14:

Tabel 4.14 Hasil Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Harapan (E)	Kinerja (P)	GAP	Q=P/E	Urutan GAP
1	<i>Tangibles</i>	4,52	3,89	-0,63	0,86	1
2	<i>Reliability</i>	3,88	3,27	-0,61	0,84	2
3	<i>Responsiveness</i>	3,72	3,77	0,05	1,01	5
4	<i>Assurance</i>	3,74	3,21	-0,53	0,86	3
5	<i>Emphaty</i>	3,67	3,74	0,07	1,02	4

Berikut ini merupakan contoh perhitungan kualitas per dimensi pada dimensi *Tangibles*:

$$Q = \frac{P}{E} = \frac{3,80}{4,52} = 0,86$$

3. Pemilihan Ranking Atribut Untuk Perbaikan

Setelah hasil *gap* antara kinerja dengan harapan pelanggan didapatkan, maka selanjutnya atribut-atribut tersebut dapat diurutkan atau diberikan ranking untuk dapat menentukan urutan atribut mana yang membutuhkan perbaikan. Dibawah ini merupakan ranking tiap atribut seperti pada tabel 4.15:

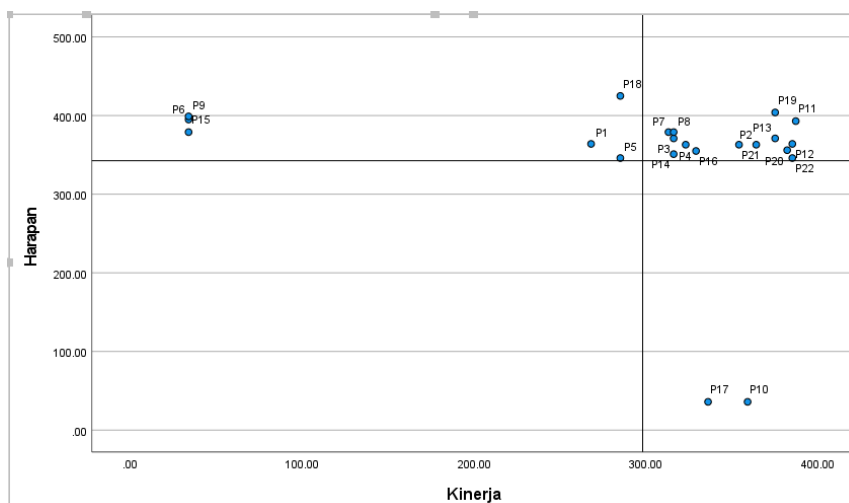
Tabel 4.15 Hasil Ranking Tiap Atribut

No	Atribut	Gap	Ranking
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)			
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	-0,96	2
2	Kebersihan tempat makan	0,01	18
3	Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)	-0,55	7
4	Harga menu yang terjangkau	-0,40	9
5	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	-0,61	5
<i>Mean</i>			
Kehandalan (<i>Reliability</i>)			
6	Jam operasional tepat waktu	-0,55	8
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan	-0,66	3
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan	-0,63	4
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga	-0,59	6
<i>Mean</i>			
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan	-0,01	17
11	Kemudahan dalam memesan makanan	-0,06	16
12	Kemudahan dalam transaksi	0,21	20

13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan	0,04	19
<i>Mean</i>			
Jaminan (<i>Assurance</i>)			
14	Karyawan menguasai informasi menu	-0,35	11
15	Proses pembuatan makanan higienis	-0,39	10
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan	-0,26	13
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)	-0,24	14
18	Keamanan penyebaran <i>Covid-19</i> (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)	-1,40	1
<i>Mean</i>			
Empati (<i>Emphaty</i>)			
19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan	-0,29	12
20	Karyawan melayani dengan ramah	0,26	21
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)	-0,09	15
22	Manajemen menerima komplain pelanggan	0,39	22
<i>Mean</i>			

4.3.5 Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk dapat mengetahui kepuasan pelanggan untuk setiap atribut pelayanan, hasil dari unsur yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada setiap atribut akan dibagi kedalam empat kuadran seperti pada gambar 4.3 diagram kartesius dibawah ini:



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Tiap Atribut
Sumber: Pengujian dengan SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan atribut dengan menggunakan diagram kartesius seperti gambar diatas, maka langkah selanjutnya yaitu atribut-atribut tersebut dapat dibagi kedalam kuadran seperti berikut ini:

1. Kuadran I

Atribut-atribut yang berada didalam kuadran I ini dinilai sangat penting namun kinerjanya masih belum memuaskan pelanggan, maka dari itu atribut-atribut tersebut menjadi prioritas utama yang harus diperbaiki oleh manajemen restoran Yum Chicken Yogyakarta. Adapun atribut yang terdapat pada kuadran I ini adalah sebagai berikut:

- Karyawan menggunakan seragam yang rapi
- Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir
- Jam operasional tepat waktu
- Kualitas rasa makanan yang terjaga
- Proses pembuatan makanan higienis
- Keamanan penyebaran *Covid-19* (ketersediaan *handsanitizer*, alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)

2. Kuadran II

Atribut-atribut yang berada didalam kuadran II ini dinilai sebagai atribut bertahan atau sudah dianggap bagus dan harus bisa dipertahankan karena telah berhasil memuaskan sehingga harus dipertahankan oleh manajemen restoran Yum Chicken

Yogyakarta. Adapun atribut yang terdapat pada kuadran II ini adalah sebagai berikut:

- Kebersihan tempat makan
- Ketersediaan fasilitas (toilet dan wastafel yang bersih, pendingin ruangan, tempat ibadah)
- Harga menu yang terjangkau
- Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan
- Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan
- Kemudahan dalam memesan makanan
- Kemudahan dalam transaksi
- Kecepatan dalam memberikan pelayanan
- Karyawan menguasai informasi menu
- Penggantian makanan jika terjadi kesalahan
- Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan
- Karyawan melayani dengan ramah
- Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (pengucapan salam, maaf dan terimakasih)
- Manajemen menerima komplain pelanggan

3. Kuadran III

Atribut-atribut yang berada didalam kuadran III ini dinilai sebagai atribut yang memiliki prioritas rendah, artinya atribut ini memiliki pengaruh yang kurang penting bagi pelanggan. Atribut ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan kinerjanya. Dalam gambar diagram kartesius diatas, tidak terdapat atribut apapun didalam kuadran III sehingga dapat diartikan bahwa tidak ada atribut yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

4. Kuadran IV

Atribut-atribut yang berada didalam kuadran IV ini dinilai kurang penting bagi kepuasan pelanggan namun kinerjanya sangat memuaskan, adapun atribut yang terdapat pada kuadran IV ini adalah sebagai berikut:

- Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan
- Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisa Data Kuesioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan pada perhitungan uji kecukupan data yang telah dilakukan pada pengolahan data dengan menggunakan *error* sebesar 5%, maka didapatkan hasil jumlah data sampel minimal yaitu $66,66 \approx 67$ orang. Sehingga dengan pengambilan data sebanyak 80 responden dapat dinyatakan sudah cukup mewakili sebagai sampel karena data yang perlu digunakan sebesar 67 responden.

5.1.2 Uji Validitas Data

Berdasarkan pada perhitungan uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa *software IBM SPSS Statistic* maka hasil yang didapatkan dari pengujian yang dilakukan dilihat pada hasil *Corrected Item Total Correlation*. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan derajat kebebasan (df) = 78, hasil akhir yang didapatkan bahwa $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, yang artinya setiap item atribut yang digunakan dinyatakan valid.

5.1.3 Uji Reliabilitas Data

Berdasarkan pada perhitungan uji reliabilitas yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa *software IBM SPSS Statistic*, hasil perhitungan nilai *Cronbach's Alpha* didapatkan hasil sebesar 0,705 untuk kinerja restoran, sedangkan untuk harapan pelanggan didapatkan hasil sebesar 0,855. Dari hasil yang didapatkan artinya hasil kuesioner yang telah dibagikan sudah reliabel karena hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* $\geq r_{tabel}$.

5.2 Analisis Fuzzy Servqual

5.2.1 Analisis Nilai TFN

Dalam perhitungan dengan menggunakan metode *fuzzy*, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan perhitungan nilai *Triangular Fuzzy Number* atau nilai TFN, nilai TFN ini sendiri didapat dengan cara menghitung nilai himpunan *fuzzy*. Cara untuk dapat menghitung TFN adalah dengan melakukan perhitungan jumlah skor himpunan yang dibagi dengan jumlah responden yang menjawab skor himpunan, sehingga dari perhitungan yang dilakukan itu didapatkan nilai TFN untuk kategori Kurang Baik (KB), Cukup Baik (CB) dan Sangat Baik (SB). Nilai ini nantinya digunakan untuk dapat mengetahui nilai derajat keanggotaan setiap himpunan yang dimasukkan dalam persamaan kurva segitiga untuk mendapat nilai derajat keanggotaan. Rumus persamaan kurva segitiga antara lain sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \mu(x) &= 0 && \text{Jika } x \leq a \text{ atau } x \geq c \\ \mu(x) &= \frac{(x-a)}{(b-a)} && \text{Jika } a \leq x \leq b \\ \mu(x) &= \frac{(c-x)}{(c-b)} && \text{Jika } b \leq x \leq c \end{aligned}$$

Sesuai dengan konsep dari metode *fuzzy* yang mengatakan bahwa nilainya terletak pada antara 0 sampai 1, sehingga nilai derajat keanggotaannya memiliki nilai minimal 0 dan maksimal 1. Apabila atribut memiliki nilai 0 pada derajat keanggotaan maka atribut tersebut menunjukkan bukan anggota himpunan x , atribut tersebut dapat ditempatkan pada himpunan yang kurang baik. Kemudian jika atribut memiliki nilai 0-1 pada derajat keanggotaan maka atribut tersebut menunjukkan anggota himpunan x , sedangkan jika atribut memiliki nilai 1 pada derajat keanggotaan maka atribut tersebut merupakan anggota penuh himpunan x . Hasil perhitungan nilai derajat keanggotaan dan *defuzzifikasi* kinerja dapat dilihat pada tabel 4.11 sementara untuk nilai derajat keanggotaan dan *defuzzifikasi* harapan dapat dilihat pada tabel 4.12, perhitungan nilai derajat keanggotaan ini dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa *software Microsoft Excel*.

Selanjutnya setelah mengetahui nilai derajat keanggotaan, langkah selanjutnya dalam metode *fuzzy* adalah menghitung nilai *defuzzifikasi*, nilai *defuzzifikasi* ini sendiri menggunakan cara dengan mengambil nilai tengah dari keseluruhan fungsi keanggotaan *fuzzy* untuk dapat dijadikan nilai *defuzzifikasi* atau biasa disebut sebagai metode *centroid*. Pengolahan data *defuzzifikasi* ini dibantu dengan menggunakan alat bantu berupa

software Microsoft Excel dan dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diketahui nilai *defuzzifikasi* yang memiliki nilai terbesar pada variabel kinerja dari pelayanan yang diberikan oleh restoran Yum Chicken Yogyakarta yaitu pada atribut “kemudahan dalam memesan makanan” dengan nilai *defuzzifikasi* sebesar 3,53. Sedangkan untuk nilai *defuzzifikasi* yang memiliki nilai terendah pada variabel kinerja adalah atribut “keamanan yang terjamin” dengan nilai *defuzzifikasi* sebesar 3,00. Kemudian untuk nilai *defuzzifikasi* yang memiliki nilai terbesar pada variabel harapan yaitu pada atribut “karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan” dengan nilai *defuzzifikasi* sebesar 4,80, sedangkan untuk nilai *defuzzifikasi* yang memiliki nilai terendah pada variabel harapan adalah atribut “karyawan menggunakan seragam yang rapi” dengan nilai *defuzzifikasi* sebesar 3,99.

5.2.2 Analisis Nilai Servqual (*Gap*) Tiap Atribut

Pada analisis nilai *Service Quality* dilakukan dengan melihat *gap* antara penilaian dari pelanggan terhadap pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan yang diberikan oleh pihak restoran Yum Chicken Yogyakarta dengan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika hasil *gap* negatif (-) maka dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan sehingga diperlukan perbaikan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Jika *gap* mendekati nol maka menunjukkan bahwa makin sedikit *gap* yang terjadi antara harapan dan kinerja restoran, sehingga jika kinerja restoran sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka atribut tersebut perlu dipertahankan kualitas pelayanannya agar restoran akan mendapat dampak positif. Semakin besar nilai negatif pada *gap* dari sebuah atribut maka atribut tersebut akan menjadi prioritas untuk mendapat perbaikan.

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *servqual* dari tiap atribut-atribut bahwa ada atribut yang masih memiliki *gap* yang negatif seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.13, atribut yang memiliki nilai *gap* negatif antara lain:

1. Karyawan menggunakan seragam yang rapi dengan nilai *gap* sebesar -0,96
2. Ketersediaan fasilitas dengan nilai *gap* sebesar -0,55
3. Harga menu yang terjangkau dengan nilai *gap* sebesar -0,40
4. Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir dengan nilai *gap* sebesar -0,61
5. Jam operasional tepat waktu dengan nilai *gap* sebesar -0,55

6. Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan dengan nilai *gap* sebesar -0,66
7. Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan dengan nilai *gap* sebesar -0,63
8. Kualitas rasa makanan yang terjaga dengan nilai *gap* sebesar -0,59
9. Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan dengan nilai *gap* sebesar -0,01
10. Kemudahan dalam memesan makanan dengan nilai *gap* sebesar -0,06
11. Karyawan menguasai informasi menu dengan nilai *gap* sebesar -0,35
12. Proses pembuatan makanan higienis dengan nilai *gap* sebesar -0,39
13. Penggantian makanan jika terjadi kesalahan dengan nilai *gap* sebesar -0,26
14. Keamanan yang terjamin dengan nilai *gap* sebesar -0,24
15. Keamanan penyebaran *Covid-19* dengan nilai *gap* sebesar -1,4
16. Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan pelanggan dengan nilai *gap* sebesar -0,29
17. Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan dengan nilai *gap* sebesar -0,09

Dari atribut-atribut yang memiliki nilai *gap* negatif diatas, dapat dilihat atribut yang memiliki nilai *gap* negatif terbesar adalah pada atribut “keamanan penyebaran *Covid-19*” dengan nilai *gap* sebesar -1,4. Atribut dengan nilai *gap* tertinggi menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan lebih rendah dari harapan pelanggan sehingga atribut tersebut perlu diprioritaskan untuk mendapatkan perbaikan dibandingkan dengan atribut-atribut lainnya. Sedangkan atribut yang memiliki nilai *gap* negatif terkecil adalah pada atribut “karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan” dengan nilai *gap* sebesar -0,01.

Untuk atribut yang memiliki nilai *gap* positif menunjukkan bahwa kinerja yang diberikan sudah melebihi harapan pelanggan, artinya pelanggan sudah merasa puas dengan atribut pelayanan yang diberikan oleh restoran Yum Chicken. Berdasarkan hasil dari keseluruhan *gap* seperti pada tabel 4.13, ada 17 atribut yang memiliki nilai *gap* negatif dari 22 atribut yang ada. Ini berarti tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh restoran Yum Chicken Yogyakarta masih kurang baik dan perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

5.2.3 Analisis Nilai Servqual (*Gap*) Tiap Dimensi

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *servqual* dari tiap dimensi pada Yum Chicken Yogyakarta mengenai kepuasan pelanggan dapat dilihat seperti pada tabel 5.1 dibawah ini:

Tabel 5.1 Nilai *Gap* Tiap Dimensi

No	Dimensi	Harapan (E)	Kinerja (P)	GAP	Q=P/E
1	<i>Tangibles</i>	4,52	3,89	-0,63	0,86
2	<i>Reliability</i>	3,88	3,27	-0,61	0,84
3	<i>Responsiveness</i>	3,72	3,77	0,05	1,01
4	<i>Assurance</i>	3,74	3,21	-0,53	0,86
5	<i>Empathy</i>	3,67	3,74	0,07	1,02
	Mean	3,91	3,58	-0,33	0,92

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa ada *gap* pada tiap dimensi antara tingkat kinerja dan harapan pelanggan dengan nilai *gap* yang negatif. Dimensi yang memiliki nilai *gap* negatif ada tiga dimensi, seperti dimensi *Tangibles* dengan nilai kinerja sebesar 3,89 dan nilai harapan sebesar 4,52 sehingga nilai *gap* sebesar -0,63. Kemudian dimensi *Reliability* dengan nilai kinerja sebesar 3,27 dan nilai harapan sebesar 3,88 sehingga nilai *gap* sebesar -0,61. Kemudian dimensi terakhir yang memiliki nilai *gap* negatif yaitu dimensi *Assurance* dengan nilai kinerja sebesar 3,21 dan nilai harapan sebesar 3,74.

Sedangkan untuk dua dimensi lainnya memiliki nilai positif seperti dimensi *Responsiveness* dengan nilai *gap* sebesar 0,05, dimensi ini memiliki nilai kinerja sebesar 3,77 dan nilai harapan sebesar 3,74. Kemudian dimensi yang memiliki nilai *gap* positif lainnya adalah dimensi *Empathy* memiliki nilai *gap* positif sebesar 0,07 dengan nilai kinerja sebesar 3,74 dan nilai harapan sebesar 3,67.

Untuk perhitungan nilai kualitas pelayanan dimensi (Q) jika nilai kualitas > 1 maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan sudah baik, begitu juga sebaliknya jika nilai kualitas pelayanan < 1 maka kualitas pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan. Dapat dilihat pada tabel diatas ada 3 dimensi yang masih memiliki nilai kualitas pelayanan < 1 yaitu dimensi *Tangibles* dan dimensi *Assurance* dengan nilai Q masing-

masing sebesar 0,86, dan untuk dimensi *Reliability* dengan nilai Q sebesar 0,84 yang berarti ketiga dimensi ini belum memenuhi harapan dari pelanggan. Kemudian untuk dua dimensi lainnya yaitu dimensi *Responsiveness* memiliki nilai Q sebesar 1,01 dan dimensi *Empathy* memiliki nilai Q sebesar 1,02 yang berarti dua dimensi ini diartikan bahwa nilai kualitas pelayanan > 1 dan pelayanan sudah dianggap baik.

Sehingga dari perhitungan nilai kualitas pelayanan diatas memiliki nilai rata-rata sebesar 0,92 atau masih memiliki nilai < 1 yang artinya pelayanan yang diberikan oleh restoran Yum Chicken Yogyakarta masih kurang baik dan belum memenuhi harapan pelanggan. Maka manajemen restoran Yum Chicken Yogyakarta perlu melakukan perbaikan pelayanan agar kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkat dan lebih baik lagi.

5.3 Analisis Diagram Kartesius

Pada analisis dengan menggunakan metode *servqual* diketahui atribut mana saja yang memiliki nilai *gap* negatif dan memerlukan usulan perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Agar lebih memudahkan untuk dapat menentukan atribut mana saja yang dapat diperbaiki terlebih dahulu digunakan diagram kartesius untuk dapat menentukan prioritas atribut yang ditentukan urutan prioritasnya berdasarkan bobot kepuasan pelanggan. Dari diagram kartesius seperti pada gambar 4.3 dapat dilihat ada 6 atribut yang masuk kedalam kuadran I atau kuadran yang memiliki prioritas utama untuk mendapat perbaikan terlebih dahulu. Berikut ini merupakan atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran I seperti pada tabel 5.2:

Tabel 5.2 Usulan Perbaikan

No	Atribut	Usulan Perbaikan
1	Karyawan menggunakan seragam yang rapi	Karyawan diberikan atau ditentukan seragamnya per-hari agar karyawan lebih rapi.
2	Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir	Menyediakan tempat parkir yang lebih besar agar pelanggan dapat lebih leluasa memarkirkan kendaraan mereka baik

- roda 2 maupun 4. Juga menyediakan pemandu parkir untuk membantu pelanggan memarkirkan kendaraan mereka. Manajemen lebih memperhatikan jam operasional agar dapat buka tepat waktu sesuai dengan jadwal. Menjaga kualitas rasa makanan yang dibuat dengan memperhatikan bahan dan cara memasak agar rasa makanan yang diberikan tidak berubah.
- 3 Jam operasional tepat waktu
- 4 Kualitas rasa makanan yang terjaga
- 5 Proses pembuatan makanan higienis
- 6 Keamanan penyebaran *Covid-19* (ketersediaan *handsanitizer*, alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)
- Lebih memperhatikan kebersihan pada proses pembuatan makanan agar makanan yang dibuat selalu terjaga kebersihannya. Menyediakan tempat untuk mencuci tangan atau *handsanitizer* dibagian pintu masuk agar pelanggan yang datang dapat mencuci tangan mereka sebelum memasuki restoran kemudian menyediakan alat pengecekan suhu agar dapat mendeteksi jika ada pelanggan yang sedang sakit.
-

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada perhitungan untuk mengukur kualitas tingkat pelayanan oleh restoran Yum Chicken Yogyakarta yang telah dilakukan, dapat diketahui hasilnya bahwa tingkat kualitas pelayanan belum memenuhi harapan dari pelanggan. Dapat dilihat dari hasil rata-rata nilai kualitas pelayanan (Q) < 1 yaitu sebesar 0,92 dan rata-rata nilai *gap* yang negatif yaitu sebesar -0,33 yang berarti pelayanan yang diberikan oleh restoran Yum Chicken Yogyakarta masih belum sesuai dengan harapan pelanggan.
2. Pada diagram kartesius dapat dilihat ada 6 atribut yang termasuk kedalam kuadran I yang artinya memiliki prioritas utama untuk mendapat perbaikan terlebih dahulu. Berikut ini merupakan atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran I:
 - Karyawan menggunakan seragam yang rapi
 - Ketersediaan tempat parkir dan pemandu parkir
 - Jam operasional tepat waktu
 - Kualitas rasa makanan yang terjaga
 - Proses pembuatan makanan higienis
 - Keamanan penyebaran *Covid-19* (ketersediaan *handsanitizer*, alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan kepada manajemen restoran Yum Chicken Yogyakarta antara lain:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, pihak Resto Yum Chicken dapat lebih memberikan perhatian pada pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Yaitu dengan melakukan perbaikan pada atribut-atribut dimensi yang kurang baik agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga

pelanggan lebih merasa puas pada pelayanan yang didapat dan memenuhi harapan pelanggan.

2. Berdasarkan pada hasil diagram kartesius, pihak Resto Yum Chicken dapat melakukan perbaikan dengan memperhatikan seragam karyawan, memperhatikan ketersediaan lahan parkir, memperhatikan jam operasional restoran, menjaga kualitas rasa makanan, menjaga proses pembuatan makanan yang higienis dan menjaga keamanan dari penyebaran *Covid-19*
3. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil yang telah didapatkan dapat digunakan sebagai acuan pihak Resto Yum Chicken Yogyakarta untuk dapat mengetahui atribut mana saja yang menjadi prioritas utama untuk dapat diperbaiki terlebih dahulu.

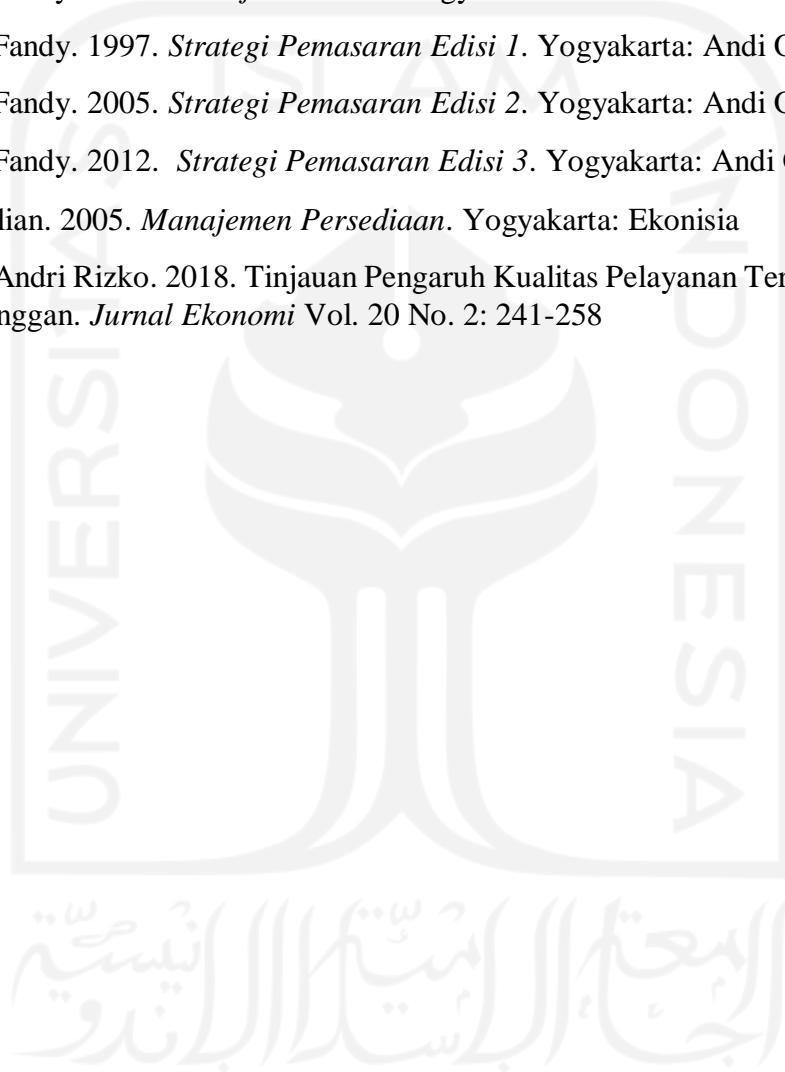


DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, Wirna Yola. 2013. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Governance*. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi* Vol. 4 No. 2: 1-32
- Andika, et al. 2018. Pengaruh
- Azwar, Saifuddin. 2000. *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bitner, Mary Jo., Zeithaml, V.A. 1996. *Service Marketing Edisi 1*. Boston: McGraw-Hill
- CNBC Indonesia. 2022. 84% UMKM RI Alami Penurunan Pendapatan. (online): <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220204163937-17-312982/duh-84-umkm-ri-alami-penurunan-pendapatan> (2 Agustus 2022)
- Chen, S.J., & Hwang, C.L. 1992. *Fuzzy Multiple Attribute Decision Making Methods*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg
- Fathirah, Puteri., & Arnesia, P.D. 2020 Analisis Google Classroom Sebagai Sistem Pembelajaran Jarak Jauh Saat Pandemi Covid-19 Menggunakan Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi STI&K*
- FC, Lucky Lhaura Van., & Lisawita. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Purnajual CV. Family Menggunakan Metode *Fuzzy-Logic*. *Jurnal Inovtek Polbeng – Seri Informatika* Vol. 2 No. 1: 64-67
- Handayani, E.A. 2006. Keanekaragaman Jenis Gastropoda di Pantai Randusangka Kabupaten Brebes Jawa Tengah
- Harto, Puji., & Prastiwi, Andir. 2015. *The Relationship of Students Corporate Social Responsibility Orientation and Ethical Preferences*. *Jurnal Akuntansi & Auditing* Vol. 12 No. 1: 1-16
- Hasibuan, Chalis Fajri. 2020. *The Measurement of Customer Satisfaction Towards the Service Quality at XYZ Wholesale by Using Fuzzy Service Quality Method*. *Jurnal International Conference on Advanced Mechanical and Industrial Engineering*
- Jazuli, Muhammad., Samanhudi, Didi., & Handoyo. 2020. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* di PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi* Vol. 1 No. 1: 67-75
- Kartika, Nanny Fajar., & Suprayogi. 2017. Implementasi *Fuzzy-Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Sisfotenika* Vol. 7 No. 1: 28-49
- Khalil, et al. 2012. *The Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty At a Telecommunication Company in Malaysia*
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1*. Jakarta: Prentice Hall
- Kotler, Philip., & Armstrong. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., & Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Kusumadewi, Sri., & Purnomo, Hari. 2004. *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Lewis, R.C., & Booms, B.H. 1983. "The Marketing Aspect of Service Quality" In: Berry, L.L., Shostack, G., & Upah, G., Eds., *Emerging Perspective in Service Marketing*. Chicago. American Marketing Association pp: 99-107
- Mariska, Zita Hanna., & Shihab, Muchsin Saggaff. 2016. Pengaruh Dimensi *Service Quality* Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap *Behaviour Intention*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol. 14 No. 2: 217-234
- Oliver, R. L. 1977. *Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluation: An Alternative Interpretation*. *Journal of Applied Psychology* Vol. 62 No. 4: 480-486
- Parasuraman, et al. 1985. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research". *Journal of Marketing* Vol. 49
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L. 1990. "Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectation" (The Free Press)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. 1998. *SERVQUAL: A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing* Vol. 64 No. 1: 12-40
- Parasuraman, Wijaya., & Tony. 2011. *Manajemen Kualitas*. Jakarta: Salemba Empat
- Purnaningsih, Putri Ragil. 2017. Pengukuran Kepuasan Hotel XYZ Menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura* Vol. 1 No. 1: 31-36
- Prayuana, Helena P., & Andjarwati, Anik L. 2013. Pengaruh Penggunaan *Celebrity Endorse* Irvan Bachdim dan *Event Sponsorship* Terhadap Citra Merek Minuman Isotonic Pocarisweat. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 1 No. 1: 307-317
- Sampurno, Hasna Rahagi. 2020. Penerapan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis* Pada Kualitas Pelayanan Gojek.
- Sholikah, Hesti., & Iriananda, Syahroni Wahyu. 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Travel Menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality*. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)* Vol.2 No. 2: 69-74
- Sikumbang, Erna Delima. 2017. Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Fuzzy Servqual*. *Jurnal Teknik Komputer Amik BSI* Vol. 3 No. 1: 37-43
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar Jilid 1*. Jakarta: Rineka Cipta

- Susepti, Amalia., Hamid, Djamhur., & Kusumawati, Andriani. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Tamu Hotel. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 50 No 5: 27-36
- Tempo.Co. 2021. UMKM Diprediksi Cepat Pulih 2022. (online): <https://nasional.tempo.co/read/1542840/umkm-diprediksi-cepat-pulih-di-2022> (3 Agustus 2022)
- Tjiptono, Fandy. 1994. *Strategi Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset
- Yamit, Zulian. 2005. *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta: Ekonisia
- Yulianto, Andri Rizko. 2018. Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi* Vol. 20 No. 2: 241-258



Reliability (Kehandalan)										
6	Jam operasional tepat waktu									
7	Kecepatan dan kesesuaian menu yang dipesan									
8	Karyawan memberikan perhatian dan bantuan ketika pelanggan kesulitan									
9	Kualitas rasa makanan yang terjaga									
Responsiveness (Daya Tanggap)										
10	Karyawan tanggap dalam menghadapi keluhan dan memberikan bantuan									
11	Kemudahan dalam memesan makanan									
12	Kemudahan dalam transaksi									
13	Kecepatan dalam memberikan pelayanan									
Assurance (Jaminan)										
14	Karyawan menguasai informasi menu									
15	Proses pembuatan makanan higienis									
16	Penggantian makanan jika terjadi kesalahan									
17	Keamanan yang terjamin (tempat parkir, barang tertinggal)									
18	Keamanan penyebaran Covid-19 (ketersediaan <i>handsanitizer</i> , alat pengecekan suhu, tempat mencuci tangan)									
Empathy (Empati)										

19	Karyawan melayani dengan tulus tanpa membedakan status pelanggan											
20	Karyawan melayani dengan ramah											
21	Karyawan memiliki etika berbicara pada pelanggan (termasuk pengucapan salam, terimakasih dan maaf)											
22	Manajemen menerima komplain pelanggan											



	Sig. (2-tailed)	.407	.428	.182	.007	.734	.945	.968	.451	.068	.731	.438		.126	.260	.945	.197	.430	.734	.026	.125	.075	.182	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X13	Pearson Correlation	.104	.293**	.253*	- .043	.226*	.126	.101	.127	.084	- .047	.145	.173	1 .133	.126	.067	.197	.226*	.329**	.285*	.118	.253*	.532**	
	Sig. (2-tailed)	.358	.008	.024	.705	.044	.267	.373	.261	.460	.680	.200	.126	.239	.267	.556	.079	.044	.003	.010	.297	.024	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
X14	Pearson Correlation	.012	.133	.050	- .054	-.003	-.160	.109	- .005	.090	- .004	-.002	.127	.133	1 .160	.257*	.122	-.003	.209	.044	.140	.050	.268*	
	Sig. (2-tailed)	.918	.240	.658	.633	.982	.157	.336	.964	.428	.974	.987	.260	.239	.157	.021	.279	.982	.063	.699	.216	.658	.016	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
X15	Pearson Correlation	- .142	.069	.225*	.110	-.118	1.000**	.096	.229*	.115	- .027	-.021	.008	.126	- .160	1 .094	.210	-.118	.100	.076	.195	.225*	.364**	
	Sig. (2-tailed)	.210	.546	.045	.331	.298	.000	.398	.041	.312	.815	.854	.945	.267	.157	.406	.062	.298	.377	.502	.083	.045	.001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	
X16	Pearson Correlation	.111	.173	.159	- .109	-.024	-.094	- .074	- .068	.163	.056	.176	.146	.067	.257*	-.094	1 .085	-.024	.067	.121	.279*	.159	.327**	

	Sig. (2-tailed)	.362	.037	.000	.318	.477	.502	.109	.054	.274	.345	.677	.125	.010	.699	.502	.286	.812	.477	.001		.014	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2	Pearson	-	.050	.216	.077	.107	.195	.056	.012	.284	.306	-	.201	.118	.14	.195	.279	.04	.107	.132	.274	1	.216	.491
1	Correlation	.073								*	**	.011			0	*	9			*			**	
	Sig. (2-tailed)	.520	.660	.054	.499	.345	.083	.622	.918	.011	.006	.926	.075	.297	.21	.083	.012	.66	.345	.245	.014		.054	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2	Pearson	.200	.092	1.000	.213	.058	.225*	.183	.156	.225	-	-	.151	.253	.05	.225*	.159	.05	.058	.351	.430	.216	1	.607
2	Correlation			**						*	.004	.002		*	0		7		**	**			**	
	Sig. (2-tailed)	.076	.415	.000	.057	.611	.045	.103	.166	.045	.969	.984	.182	.024	.65	.045	.160	.61	.611	.001	.000	.054		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2	Pearson	.297	.328	.607**	.276	.284*	.364**	.349	.316	.465	.229	.237	.368	.532	.26	.364**	.327	.23	.284*	.525	.551	.491	.607**	1
3	Correlation	**	**		*		**	**	**	**	*	*	**	**	8*	**	**	6*	**	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.000	.013	.011	.001	.002	.004	.000	.041	.034	.001	.000	.01	.001	.003	.03	.011	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

	Sig. (2-tailed)	.003	.251	.009	.459	.102	.003	.000	.000	.177	.010	.321	.003	.071	.046	.000		.010	.008	.004	.004	.251	.102	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X17	Pearson Correlation	.141	.113	.130	.068	.041	.087	.142	.180	.088	1.000**	.297	.141	.045	.327	.142	.287	1	.333	.181	.360	.113	.041	.438
	Sig. (2-tailed)	.214	.319	.250	.548	.718	.444	.208	.110	.435	.000	.007	.214	.691	.003	.208	.010		.003	.108	.001	.319	.718	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X18	Pearson Correlation	.376**	.132	.257*	.273*	.221*	.324**	.265*	.249*	.266*	.333**	.343**	.376**	.063	.351**	.265*	.295**	.333**	1	.629**	.222*	.132	.221*	.644**
	Sig. (2-tailed)	.001	.242	.021	.014	.049	.003	.017	.026	.017	.003	.002	.001	.578	.001	.017	.008	.003		.000	.048	.242	.049	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X19	Pearson Correlation	.251*	.104	.203	.140	.226*	.246*	.264*	.154	.251*	.181	.329**	.251*	-.043	.221*	.264*	.321**	.181	.629**	1	.355**	.104	.226*	.549**
	Sig. (2-tailed)	.025	.359	.071	.216	.043	.028	.018	.173	.025	.108	.003	.025	.705	.049	.018	.004	.108	.000		.001	.359	.043	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X20	Pearson Correlation	.094	.181	.167	.029	.212	.223*	.253*	.122	.086	.360**	.149	.094	.052	-.003	.253*	.317**	.360**	.222*	.355**	1	.181	.212	.423**

Sig. (2-tailed)	.405	.108	.139	.795	.060	.047	.024	.281	.448	.001	.186	.405	.646	.978	.024	.004	.001	.048	.001		.108	.060	.000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2 Pearson Correlation	.243*	1.000	.381**	.117	-.042	.327**	.309**	.141	-	.113	.169	.243*	.056	.051	.309**	.130	.113	.132	.104	.181	1	-.042	.477**
Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000	.301	.714	.003	.005	.213	.607	.319	.135	.030	.622	.655	.005	.251	.319	.242	.359	.108		.714	.000
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2 Pearson Correlation	-.024	-.042	.021	-	1.00	.243	.029	.131	.249	.041	.196	-.024	-.131	.052	.029	.184	.041	.221	.226	.212	-.042	1	.278*
Sig. (2-tailed)	.834	.714	.850	.205	.000	.030	.800	.245	.026	.718	.081	.834	.247	.647	.800	.102	.718	.049	.043	.060	.714		.013
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X2 Pearson Correlation	.593**	.477**	.556**	.404**	.278*	.602**	.646**	.572**	.478**	.438**	.517**	.593**	.283*	.329**	.646**	.575**	.438**	.644**	.549**	.423**	.477**	.278*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3. Uji Reliabilitas Kinerja

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.705	22

Lampiran 4. Uji Validitas Harapan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	22

