

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN BEBEK GORENG

PAK NDUT, CABANG CILEGON, BANTEN

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Harjuno Jamaludin Pusponegoro

Nomor Mahasiswa : 13311523

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN BEBEK GORENG

PAK NDUT

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Harjuno Jamaludin Pusponegoro
Nomor Mahasiswa : 13311523
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta,

Penulis



Harjuno Jamaludin Pusponegoro

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN BEBEK GORENG
PAK NDUT**

Nama : Harjuno Jamaludin Pusponegoro

Nomor Mahasiswa : 13311523

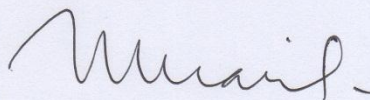
Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta,

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



(Mochamad Nasito, Drs., M.M)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN BEBEK GORENG PAK NDUT,
CABANG CILEGON, BANTEN**

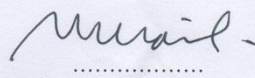
Disusun Oleh : **HARJUNO JAMALUDIN P.**

Nomor Mahasiswa : **13311523**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Rabu, tanggal: 13 September 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moch. Nasito, Drs., MM.


.....

Penguji : Anjar Priyono, Ph.D


.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya ucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, saya persembahkan skripsi ini teruntuk,

Allah SWT

Rasulullah SAW

Kedua orang tua saya

Kakak dan adik-adik

Fakultas Ekonomi UII

Instansi terkait

HALAMAN MOTO

“Man Jada Wa Jadda”

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain”

(Q.S Al Insyirah: 6,7)

One day you will wake up & there won't be any more time to do the things you've always wanted. Do it now. – Paulo Coelho

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi *reliability*, dimensi *responsiveness*, dimensi *assurance*, dimensi *empathy*, dan dimensi *tangibles*. Serta kepuasan pelanggan yang menjadi indikator untuk melihat kualitas pelayanan yang telah diberikan. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 responden pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten. Metode analisis yang digunakan adalah *SERVQUAL* atau analisis GAP, dan diagram kartesius.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten memiliki nilai total rata – rata GAP dari kelima dimensi tersebut sebesar -0,08. Hasil itu menunjukkan secara keseluruhan pelanggan belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan. Aspek-aspek yang telah memberikan kepuasan kepada pelanggan yaitu kemampuan karyawan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang dipesan, kesediaan karyawan membantu pelanggan ketika memiliki waktu luang, pemberian perhatian oleh karyawan kepada pelanggan dan kemudahan lokasi rumah makan untuk ditemukan.

Kata kunci : *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan petunjuk, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul “*Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut, Cabang Cilegon, Banten*”. Tak lupa sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat-nya dengan segala keistimewaan-nya menjadi suri tauladan bagi seluruh umat manusia dalam berperilaku, menjadi insan yang bermanfaat bagi orang lain dan sekitarnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, doa, bantuan dan bimbingan yang sangat besar dari berbagai pihak. Oleh karena itu, atas segala bentuk bantuan, dorongan dan bimbingan tersebut, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya kepada penulis
2. Keluarga yang selalu mendidik, mendukung, memberikan kasih sayang dan mendoakan yang terbaik untuk penulis.
3. Bapak Mochamad Nasito,Drs.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, wawasan, dan dukungan selama proses penelitian dan penulisan skripsi.

4. Bapak Dr. Drs. Dwiprpto Agus Hardjito, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Nandang Sutrisno, S.H., M.Hum., LL.M., PhD selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Terimakasih kepada Atikah Muna Naufina yang telah memberikan dukungan dan semangat.
7. Sahabat-sahabat GianTruck yang selalu mendukung, menghibur dan menemani
8. Sahabat-sahabat Interval84
9. Sahabat-sahabat Ben Gampang yang selalu mendukung
10. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut, yang telah memberikan izin untuk menjadi objek penelitian.

Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penelitian ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan penelitian ini.

Yogyakarta, 8 Agustus 2017

Penulis

Harjuno Jamaludin P.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Halaman Persembahan	vi
Halaman Moto	vii
Abstraksi	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Batasan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.2. Penelitian Terdahulu	15
2.3. Kerangka Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN	18

3.1.Lokasi Penelitian	18
3.2. Definisi Operasional Variabel	18
3.3. Jenis Data	18
3.4. Teknik Pengumpulan Data	19
3.5. Populasi dan Sampel.....	20
3.6. Metode Analisis Data.....	21
3.6.1 Uji Validitas	21
3.6.2 Uji Reliabilitas	22
3.6.3 Analisis Statistika	23
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Uji Instrumen dan Data	27
4.1.1 Uji Validitas	27
4.1.2 Uji Reliabilitas	32
4.2. Analisis Deskriptif	33
4.3. Analisis Kuantitatif	35
4.3.1 Analisis GAP	35
4.3.2 Analisis Diagram Kartesius	40
4.4. Pembahasan	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Kesimpulan	49
5.2. Saran	51
Daftar Pustaka	53
Lampiran	54

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 4.1 Uji Validitas Harapan Kualitas Pelayanan	28
Tabel 4.2 Uji Validitas Kinerja Kualitas Pelayanan	30
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Reliabilitas	32
Tabel 4.4 Pengelompokan Responden berdasarkan Umur	33
Tabel 4.5 Pengelompokan Responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.6 Pengelompokan Responden berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.7 Pengelompokan Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung	35
Tabel 4.8 Hasil Analisis Gap antara Kinerja dan Harapan	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Kesenjangan	14
Gambar 3.1 Diagram Kartesius	25
Gambar 4.1 Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	54
Lampiran 2 Karakteristik Responden	59
Lampiran 3 Data Kuisisioner Kinerja Kualitas Pelayanan.....	61
Lampiran 4 Data Kuisisioner Harapan Kualitas Pelayanan	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini industri kuliner di Indonesia sangat menjanjikan, hal ini ditunjang dengan meningkatnya wisatawan asing dan juga jumlah penduduk di Indonesia. Industri kuliner mempunyai dampak yang luas bagi masyarakat karena dapat membuka lapangan pekerjaan, dan menambah pajak bagi pemerintah (Pusnayasa 2012, dalam Primananda dan Setiawan, 2014). Salah satu bentuk industri kuliner adalah *restaurant* (restoran). *Restaurant* adalah salah satu sarana untuk melaksanakan *Food Service Industry* atau bagian dari akomodasi pariwisata yang berperan memenuhi kebutuhan wisatawan atau *customer* (Walker, 2010, dalam Subakti, 2014). Menurut Griselda dan Panjaitan (2007) dalam Primananda dan Setiawan (2014), *restaurant* merupakan salah satu bentuk toko ritel yang menyediakan produk dan jasa secara bersamaan.

Banyaknya restoran di Indonesia menyebabkan persaingan bisnis di sektor ini menjadi semakin kompetitif, sehingga inovasi-inovasi harus dilakukan guna memenangkan persaingan bisnis. Upaya inovasi yang dapat dilakukan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, karena selain memperhatikan kualitas produk yang berupa makanan dan minuman, restoran juga harus memperhatikan kualitas pelayanan, yang mana terdapat lima karakteristik yang mendasari. Lima karakteristik tersebut meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurances*, dan *empathy* (Zeithaml, Berry, dan Parasuraman, 1985 dalam Yamit, 2005).

Tangible (terlihat) adalah bukti langsung yang mana meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi (Yamit, 2005). Fasilitas fisik yang ada

dalam rumah makan atau *restaurant* seperti *interior* dan *eksterior*, meja dan kursi, serta peralatan makan. Banyak konsumen saat ini mencari suasana sehingga rumah makan di desain dengan konsep-konsep tertentu agar merasa nyaman.

Menurut Widjoyo, Rumambi, Kunto, Pemasaran, dan Petra (2013) *reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan jasa yang dengan handal dan akurat. *Reliability* mencakup menyediakan pelayanan sesuai janji, mampu menangani masalah pada pelanggan, memberikan pelayanan pertama kali dengan tepat, memberikan pelayanan pada waktu yang tepat, dan melayani pelanggan tanpa melakukan kesalahan (Parasuraman dan Berry, 1994).

Responsiveness (daya tanggap) tercermin pada kesadaran karyawan membantu konsumen dan melayani dengan tanggap (Primananda dan Setiawan, 2014). Menurut Utami dan Jatra (2015) *responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Assurances tercermin pada pengetahuan, kemampuan, kesopanan, serta sifat yang dapat dipercaya dari seorang karyawan (Primananda dan Setiawan, 2014). Sedangkan menurut Subakti (2014) *assurance* merupakan jaminan atau kepastian yang mencakup tingkat pengetahuan dan keramah-tamahan serta sopan santun yang harus dimiliki karyawan di samping kemampuan mereka dalam menanamkan kepercayaan pada pelanggan.

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan (Utami dan Jatra, 2015). Menurut Widjoyo *et al.*, (2013) yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati

adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

Markovic, Raspor, dan Dorcic (2011) mengungkapkan tujuh dimensi yang diharapkan dari kualitas pelayanan yaitu, *cleanliness* (kebersihan) dan penampilan fasilitas dan juga karyawan, *assurance*, perhatian individu, kenyamanan dan loyalitas, permintaan dasar, *responsiveness* dan *reliability*, dan dua dimensi untuk merasakan kualitas pelayanan (keseluruhan pengalaman makan, dan suasana *restaurant*). Dimensi-dimensi tersebut harus terus di perhatikan agar perusahaan dapat mempertahankan pelanggannya, karena kunci agar perusahaan bisa tetap bertahan dalam persaingan adalah kemampuannya mempertahankan pelanggan (Aryani dan Rosinta, 2010). Menyediakan pelayanan yang berkualitas tinggi dan menjaga kenyamanan pelanggan merupakan faktor-faktor yang akan membuat perusahaan sukses memenangkan persaingan (Markovic *et al.*, 2011).

Salah satu sebab berkembangnya persaingan bisnis rumah makan di Indonesia karena adanya strategi *franchising*. *Franchising* adalah strategi ekspansi utama untuk perusahaan *hospitality*, terutama hotel dan *restaurant* (Koh, Lee, dan Boo, 2009). *Restaurant franchise* di Indonesia banyak bermunculan baik asing maupun lokal. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut adalah rumah makan *franchise* lokal yang berpusat di Solo dan memiliki mitra partner di beberapa wilayah di Indonesia, salah satunya berlokasi di Komplek Perumahan GM KS Blok F2 No 24, Kotabumi, Kec. Purwakarta, Kota Cilegon, Banten, rumah makan ini berdiri pada tanggal 10 Juni, tahun 2010. Saat ini telah memiliki 20 orang karyawan. Pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut berkaitan dengan lima dimensi kualitas (*tangible*, *reliability*,

responsiveness, assurance, dan empathy) sehingga penulis tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana kualitas pelayanan rumah makan Bebek Goreng Pak Ndut berdasarkan lima dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*?
- 1.2.2 Apakah rumah makan bebek Goreng Pak Ndut cabang Cilegon Banten telah memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan ekspektasi atau harapan pelanggan?

1.3 Batasan Penelitian

- 1.3.1 Penelitian ini hanya dilakukan di Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut cabang Cilegon, Banten.
- 1.3.2 Sampel yang diambil hanya dari pelanggan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut cabang Cilegon, Banten.
- 1.3.3 Penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan diagram Kartesius.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

- 1.4.1 Menganalisis kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles* pada Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut di Cilegon, Banten.
- 1.4.2 Mengetahui apakah kualitas yang diberikan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten telah memenuhi harapan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu yang terkait dengan kualitas pelayanan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat teori mengenai kualitas pelayanan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini akan berkontribusi memberikan masukan kepada perusahaan agar dapat memperbaiki kualitas pelayanan sehingga mampu menghadapi persaingan yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Jasa

Service dihasilkan oleh suatu proses yang mana proses tersebut berbeda dari proses produksi barang (Edvardsson 1997). Jasa atau pelayanan (*services*) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis (Haksever *et al.*, 2000 dalam Ariani, 2009). Sebuah layanan dipandang sebagai bagian dari konsep produk yang lebih luas yang mana sebuah produk dapat terdiri dari komoditas, layanan, perangkat lunak komputer atau kombinasinya (Edvardsson, 1997). Menurut Ariani (2009), jasa atau pelayanan tergantung pada pendekatan atau cara pandang. Pendekatan pertama menekankan jasa sebagai kegiatan yang merupakan obyek pertukaran. Pendekatan kedua, yaitu pelayanan yang dijelaskan sebagai pandangan terhadap penciptaan nilai.

2.1.2 Kualitas Pelayanan

Saat pelanggan bisa menilai kualitas barang dari segi fungsi dan standar, pelanggan akan sulit untuk mengukur kualitas pelayanan, karena pelanggan harus menilai tidak hanya dari hasil pelayanan, tetapi juga proses penyampaian pelayanan tersebut (Ruiqi dan Adrian, 2009). Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan, termasuk bagian teknis dan bagian fungsi (proses layanan) (Gronroos 1984, dalam Zhang *et al.*, 2014). Menurut Shaikh *et al.*, (2011) dalam Primananda dan Setiawan, (2014) keyakinan konsumen mengenai layanan yang diterima merupakan persepsi terhadap kualitas pelayanan (Shaikh *et al.*, 2011).

Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Gilbert *et al.*, 2004, dalam Aryani dan Rosinta, 2010). Konsep dari kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas saling berhubungan satu dengan yang lain (Aryani dan Rosinta, 2010).

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Geoetsch Davis, 1994 dalam Yamit, 2005). Menurut David Garvin dalam Yamit (2005) ada beberapa pendekatan perspektif mengenai kualitas, di antaranya adalah:

Trancedental Approach

Kualitas dapat dirasakan, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan maupun diukur. Perspektif ini umumnya diterapkan dalam karya seni seperti musik, tari, seni drama dan seni rupa.

Product Based Approach

Kualitas dalam pendekatan ini adalah suatu karakteristik atau atribut yang dapat diukur. Perbedaan kualitas mencerminkan adanya perbedaan atribut yang dimiliki produk secara objektif, tetapi pendekatan ini tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera dan preferensi individual.

User Based-Approach

Kualitas dalam pemikiran ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang atau cocok dengan selera (*fitness for used*) merupakan produk yang

berkualitas paling tinggi. Pandangan yang subjektif ini mengakibatkan konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah kepuasan maksimum yang dapat dirasakannya.

Manufacturing Based-Approach

Kualitas dalam pendekatan ini adalah bersifat *supply-based* atau dari sudut pandang produsen yang mendefinisikan kualitas sebagai sesuatu yang sesuai dengan persyaratannya (*conformance quality*) dan prosedur. Pendekatan ini berfokus pada kesesuaian spesifikasi yang ditetapkan perusahaan secara internal. Oleh karena itu, yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, dan bukan konsumen yang menggunakannya.

Value Based-Approach

Kualitas dalam pendekatan ini adalah kualitas dari segi nilai dan harga. Kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence*. Oleh karena itu kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Produk yang paling bernilai adalah produk yang paling tepat beli (Yamit, 2005).

Berdasarkan perspektif kualitas, David Garvin (1994) dalam Yamit (2005) mengembangkan dimensi kualitas ke dalam delapan dimensi yang dapat digunakan sebagai perencanaan strategis, terutama untuk perusahaan manufaktur yaitu:

- a. *Performance* (kinerja), adalah karakteristik pokok dari produk inti
- b. *Features*, karakteristik pelengkap atau tambahan
- c. *Reliability* (kehandalan), kemungkinan tingkat kegagalan pemakaian
- d. *Conformance* (kesesuaian), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.

- e. *Durability* (daya Tahan), berapa lama produk dapat terus digunakan
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan dalam pemeliharaan dan penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. *Estetika*, menyangkut corak, rasa dan daya tarik produk
- h. *Perceived*, menyangkut citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1985) membagi ke dalam lima dimensi karakteristik kualitas pelayanan, di antaranya adalah:

- a. *Tangibles* (bukti fisik) mengacu pada fasilitas fisik, ketersediaan alat dan perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Atribut yang ada dalam dimensi ini adalah peralatan, fasilitas yang memadai.
- b. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, akurat, dan tepat waktu. Atribut dalam dimensi ini adalah memberikan pelayanan sesuai janji, bertanggung jawab mengenai penanganan konsumen terhadap masalah pelayanan, memberi pelayanan yang baik saat kesan pertama, tepat waktu dalam memberikan pelayanan, memberi informasi mengenai kapan pelayanan yang dijanjikan dapat terealisasi.
- c. *Responsiveness* (daya tanggap) terlihat dari kesadaran karyawan dalam membantu dan melayani konsumen dengan tanggap. Atribut-attribut yang ada dalam dimensi ini adalah memberikan pelayanan yang cepat, siap dan tanggap menangani respon permintaan dari konsumen.
- d. *Assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, serta sifat dan dari karyawan. Atribut-attribut dalam dimensi ini adalah memberikan rasa aman

kepada konsumen saat menggunakan jasa pelayanan, kesopanan, mempunyai pengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen.

- e. *Empathy* (empati) adalah hal-hal yang mencakup kemudahan hubungan, penyampaian komunikasi yang baik, perhatian terhadap konsumen, serta paham apa yang diinginkan konsumen. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi adalah karyawan yang memberi jaminan kepercayaan diri kepada konsumen, dan karyawan yang mengerti keinginan konsumen.

Dari sisi produk, kualitas produk sangat multidimensional, karena produk dapat memberikan kepuasan dan nilai kepada pelanggan dengan banyak cara (Yamit, 2005). Spesifikasi dari dimensi kualitas produk yang relevan dapat dibedakan ke dalam enam dimensi (Martinich, 1997. p564 dalam Yamit,2005) yaitu:

- a. *Performance* adalah menggambarkan keadaan yang benar
- b. *Range and Type of Features*, keistimewaan dari produk dan layanan.
- c. *Reliability and Durability*, kehandalan produk dalam penggunaan dan ketahanan produk sampai harus diperbaiki.
- d. *Maintainability and Serviceability*, kemudahan pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan maupun ketersediaan komponen pengganti.
- e. *Sensory characteristic*, meliputi penampilan, corak, rasa, daya Tarik, bau, selera dan beberapa faktor yang mungkin menjadi aspek penting dalam kualitas.
- f. *Ethical Profile and Image*, kualitas adalah bagian terbesar dari kesan pelanggan terhadap produk dan pelayanan.

Dari pengertian-pengertian tersebut, terdapat beberapa karakteristik mengenai jasa pelayanan. Menurut Yamit (2005), karakteristik jasa tersebut adalah:

- a. Tidak dapat diraba (*Intangibility*)

Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat disentuh atau tidak dapat diraba.

Jasa mungkin berhubungan dengan sesuatu secara fisik, seperti pesawat udara, kursi dan meja, dan peralatan makan di restoran, tempat tidur pasien di rumah sakit.

b. Tidak dapat disimpan (*Inability to inventory*)

Salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan. Misalnya, ketika kita menginginkan jasa tukang potong rambut, maka apabila pemotongan rambut telah dilakukan tidak dapat sebagiannya disimpan untuk besok. Ketika kita menginap di hotel tidak dapat dilakukan untuk setengah malam dan setengahnya lagi dilanjutkan besok, jika hal ini dilakukan konsumen tetap dihitung menginap dua hari.

c. Produksi dan konsumsi secara bersama

Jasa adalah sesuatu yang dilakukan secara bersama dengan produksi. Misalnya, tempat praktek dokter, restoran, pengurusan asuransi mobil dan lain sebagainya.

d. Memasukinya lebih mudah

Mendirikan usaha di bidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi lebih mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.

e. Sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar

Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti: teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi. Sektor jasa keuangan merupakan contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang-undangan pemerintah, dan teknologi komputer dengan kasus *millennium bug* pada abad dua satu.

Menurut Olsen dan Wyckoff (1987) dalam Yamit (2005) definisi secara umum dari kualitas jasa pelayanan ini adalah dapat dilihat dari perbandingan antara harapan

konsumen dengan kinerja kualitas jasa pelayanan. Collier (1987) dalam Yamit (2005) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan, baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal (Yamit, 2005). Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan ini adalah:

- a. *Excellent*: Standar kinerja pelayanan yang diperoleh
- b. *Customer*: Perorangan, kelompok, departemen, atau perusahaan yang menerima, membayar *output* pelayanan (jasa dan sistem).
- c. *Service*: Kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual
- d. *Quality*: Sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa
- e. *Levels*: Suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi
- f. *Consistent*: adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.

- g. *Delivery*: memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut.

Definisi kualitas sendiri menurut Kotler dan Keller (2009),

Parasuraman, L.L. berry dan V.A. Zeithaml (berry, 1985) dalam Yamit (2005) mengembangkan model kualitas jasa pelayanan dan berupaya mengenali kesenjangan (gaps) pelayanan yang terjadi dan berupaya mencari jalan keluar untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut. Secara umum, kesenjangan pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu, kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan (*company gaps*). Kesenjangan ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan dapat dibedakan ke dalam empat jenis kesenjangan, yaitu:

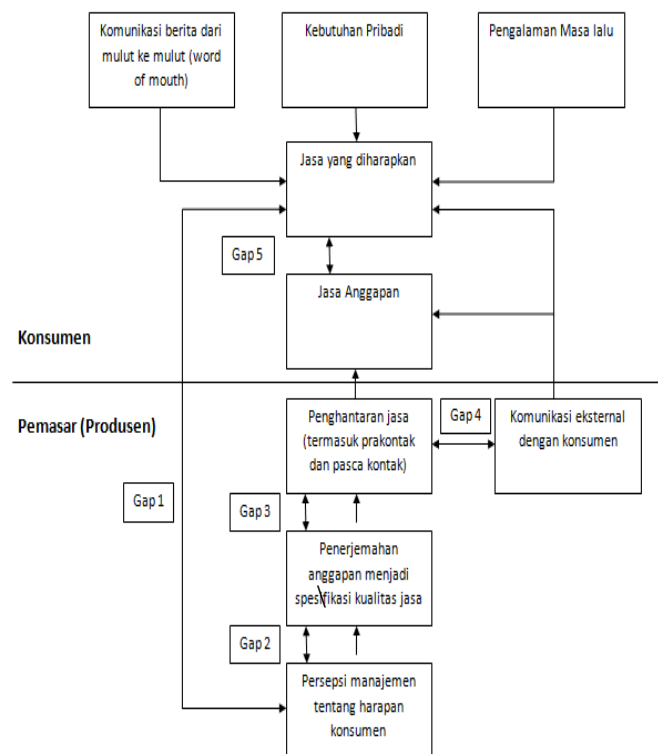
- a. Kesenjangan 1: tidak mengetahui harapan konsumen akan pelayanan
- b. Kesenjangan 2: tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat
- c. Kesenjangan 3: tidak memberikan pelayanan berdasar standar pelayanan
- d. Kesenjangan 4: tidak memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan disebut kesenjangan 5, hal ini terjadi karena ada perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan.

Persepsi konsumen merupakan penilaian subyektif terhadap pelayanan yang diperolehnya. Harapan konsumen merupakan referensi standar kinerja pelayanan, dan

sering kali diformulasikan berdasarkan keyakinan konsumen tentang apa yang akan terjadi. Harapan konsumen bersumber dari faktor pemasaran yang terkendali seperti harga, promosi dan faktor-faktor yang sulit dikendalikan oleh departemen pemasaran seperti kebutuhan konsumen, komunikasi dari mulut ke mulut, pengalaman masa lalu, penawaran dari pesaing dan sebagainya (Yamit,2005).

Gambar hubungan lima kesenjangan tersebut adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Lima kesenjangan

Penjelasan mengenai gambar tersebut adalah sebagai berikut :

- Kesenjangan 1 merupakan perbedaan antara harapan konsumen dengan persepsi perusahaan terhadap harapan tersebut.
- Kesenjangan 2 terjadi karena persepsi harapan konsumen yang tidak diidentifikasi secara akurat oleh perusahaan.

- c. Kesenjangan 3 merupakan perbedaan antara standar yang diciptakan berdasar kebutuhan konsumen dengan tindakan nyata perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
- d. Kesenjangan 4 disebabkan karena perbedaan antara pelayanan yang telah dijanjikan oleh perusahaan dengan yang diterima oleh konsumen, perbedaan ini disebabkan karena kurangnya informasi internal dan eksternal.
- e. Kesenjangan 5 berada diluar perusahaan, terjadi karena konsumen memiliki persepsi yang berbeda dengan harapannya. Kesenjangan ini terjadi karena kesenjangan kesatu sampai keempat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa peneliti di bidang operasi telah menganalisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut diantaranya adalah :

2.2.1 Putu Bayu Dewangga Primananda dan Putu Yudi Setiawan

Primananda dan Setiawan telah melakukan penelitian mengenai kualitas yang berjudul “Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Good Deal Restaurant*”. Di dalam penelitian tersebut Primananda dan Setiawan mengkaji masalah pada *Good Deal Restaurant* di Bali yaitu mengenai kualitas pelayanan. Penelitian ini dirancang untuk menguji pengaruh bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta empati (*emphaty*) sebagai dimensi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan jumlah sampel 126. Penelitian Primananda dan Setiawan menggunakan analisis regresi linear berganda.

Dari penelitian yang dilakukan Primananda dan Setiawan disimpulkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif terhadap

kepuasan pelanggan. Terdapat kesamaan variabel yang diteliti yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Primananda dan Setiawan adalah pada jumlah responden dan metode analisis yang digunakan.

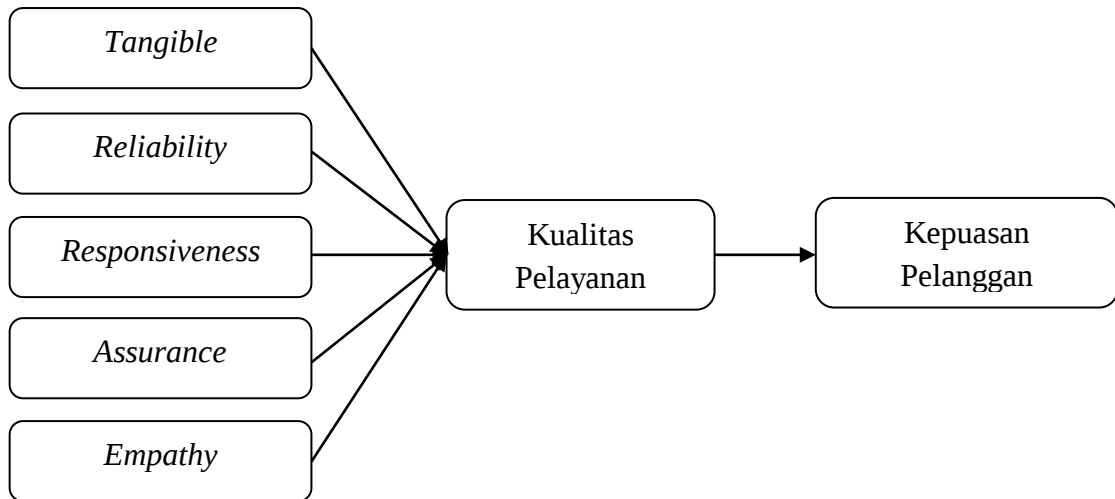
2.2.2 Dwi Aryani dan Febrina Rosinta

Aryani dan Rosinta telah melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan secara langsung dan tidak langsung melalui kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh restoran cepat saji KFC. Target populasinya adalah mahasiswa sarjana reguler dan diploma FISIP UI yang telah menjadi konsumen di KFC minimal 3 kali pada tahun 2009.

Dalam penelitian ini, model analisis yang digunakan yaitu *structural equation model* (SEM), dengan jumlah sampel 130 responden. Teknik yang digunakan untuk mengambil sampel adalah *purposive sampel*. Terdapat kesamaan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dan yang menjadi perbedaan adalah model analisis dan jumlah responden.

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan lima dimensi karakteristik kualitas pelayanan, maka pengaruh dari masing-masing variabel terhadap kualitas pelayanan dapat digambarkan dalam kerangka berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut Cilegon yang berlokasi di Jalan Damkar, Cilegon, Banten.

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 *Tangible* (bukti fisik) yaitu yang dapat dilihat langsung seperti fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.

3.2.2 *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera, dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.

3.2.3 *Responsiveness* (daya tangkap) adalah keinginan para karyawan atau staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap

3.2.4 *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan, kesopanan, pengetahuan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan atau staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

3.2.5 *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

3.3 Jenis Data

3.3.1 Data Primer

Menurut Sekaran (2013) data primer mengacu pada informasi yang terkandung oleh peneliti pada variabel-variabel yang terkait untuk mengusulkan tujuan spesifik studi. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan perlu di olah terlebih dahulu, responden dipilih berdasarkan kriteria dan

karakteristik yang telah ditentukan. Data Primer dalam penelitian ini diperoleh dari responden melalui pertanyaan yang ada di dalam kuesioner.

3.3.2 Data Sekunder

Menurut Sekaran (2013), data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada. Data sekunder adalah data pendukung yang diambil dari sumber di luar objek penelitian yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data Sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan sebagai acuan dalam mempelajari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah jumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal yang diketahui.

Data yang dikumpulkan bersumber dari data hasil kuesioner pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten. Jawaban yang disediakan dalam setiap pertanyaan ini menggunakan skala *likert*. Dalam penelitian ini kuisisioner terdiri dari variabel lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* serta pengaruhnya terhadap kualitas pelayanan.

Jawaban kuesioner menggunakan Skala Likert, yaitu sangat rendah, rendah, netral, tinggi, sangat tinggi dan dapat diberi simbol angka 1, 2, 3, 4, dan 5. Penjelasan jawaban kuesioner tersebut diberikan nilai sebagai berikut :

- a. Jawaban sangat rendah diberi bobot = 1
- b. Jawaban rendah diberi bobot = 2
- c. Jawaban netral diberi bobot = 3

- d. Jawaban tinggi diberi bobot = 4
- e. Jawaban sangat tinggi diberi bobot = 5

3.5 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Cilegon. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah masyarakat Cilegon yang menjadi pelanggan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan sampling *convenience (accidental sampling)* dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Dalam penelitian ini dibutuhkan 100 orang yang menjadi pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut.

Jumlah sample ditentukan dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{1}{4} \left[z \frac{1/\sqrt{2\alpha}}{E} \right]^2$$

Dimana:

n = jumlah sample

Z = batas interval

α = tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = deviasi sampling maksimum atau besar kesalahan maksimum

yang diinginkan peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), artinya peneliti meyakini kesalahan duga dalam pengambilam sampel hanya sebesar 5%. Jika besarnya $\alpha = 5\%$, maka $Z \frac{1}{\sqrt{2\alpha}} = 1,96$ (dari table Z). Disamping itu, deviasi samping maksimum (E) sebesar 10%, yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika lebih dari 10%, maka

pengambilan sample 37 harus diulang. Besarnya sample minimal yang diperlukan sebesar :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Untuk memudahkan penelitian, maka jumlah sample dibulatkan menjadi 100 responden. Dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memperlihatkan kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dan kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. Metode yang digunakan dalam uji validitas adalah metode *Correlations Pearson*.

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item.

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item.

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y.

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X.

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y.

n = Banyaknya responden.

Uji validitas dilakukan setiap butir kuesioner. Hasilnya dibandingkan dengan $r_{table} | df = n - k$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05. Jika $r_{table} < r_{hitung}$, maka butir kuesioner disebut valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu tes adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Koefisien tinggi berarti reliabilitas tinggi. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan dan dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* > 0.60. Dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right) \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_1^2 = Varian total

Ada dua jenis analisis, yaitu analisis deskriptif dan statistika. Analisis deskriptif yaitu analisis yang dipakai untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian, responden yang diteliti serta data yang dikumpulkan. Setelah itu dilakukan pembahasan secara deskriptif.

Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* berdasarkan tingkat harapan maupun kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

3.6.3 Analisis Statistika

a. SERVQUAL

Alat analisis yang digunakan yaitu metode *SERVQUAL* (*service quality*). Metode *SERVQUAL* didasarkan pada gap model yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.*, (1994). *SERVQUAL* atau yang bisa disebut kualitas pelayanan merupakan selisih (gap) antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan oleh konsumen (persepsi) dengan layanan ideal yang diinginkan atau diminta oleh konsumen (harapan).

$$\text{Gap/kesenjangan} = \text{Kinerja/Persepsi} - \text{Harapan/Kepentingan}$$

Jika gap positif (persepsi > harapan) maka layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan. Jika gap nol (persepsi = harapan) maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Namun, jika gap negatif (persepsi < harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

b. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu persegi yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/pernyataan dengan rumus:

$$\overline{X_i} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\overline{Y_i} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

$\overline{X_i}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut/ Pernyataan ke-i
 $\overline{Y_i}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut/ Pernyataan ke-i
n = Jumlah responden

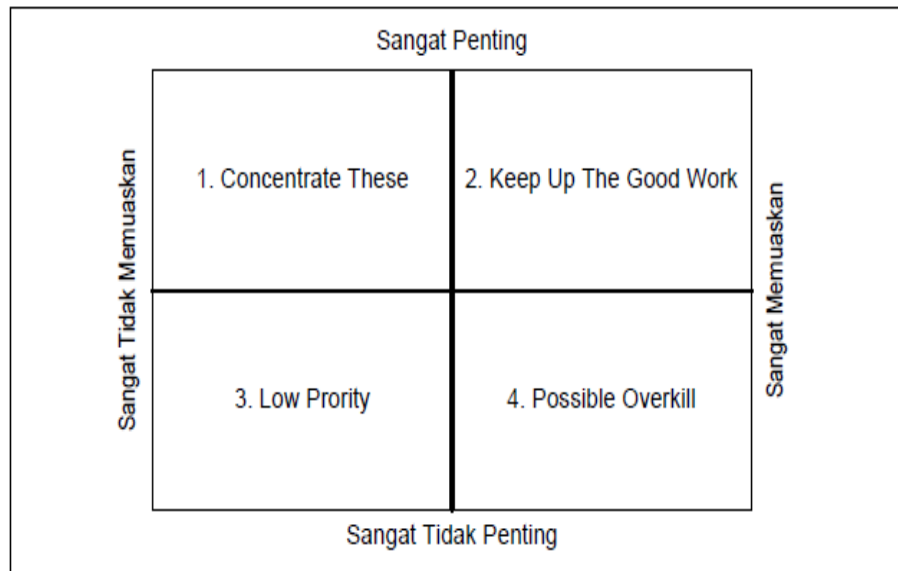
Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk keseluruhan atribut/ Pernyataan dengan rumus:

$$\overline{\overline{X_i}} = \frac{\sum_{i=1}^k \overline{X_i}}{n}$$

$$\overline{\overline{Y_i}} = \frac{\sum_{i=1}^k \overline{Y_i}}{n}$$

$\overline{\overline{X_i}}$ = Nilai rata-rata kinerja atribut/ Pernyataan
 $\overline{\overline{Y_i}}$ = Nilai rata-rata kepentingan atribut/ Pernyataan
n = Jumlah atribut/ Pernyataan

Nilai $\overline{\overline{X_i}}$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai $\overline{\overline{Y_i}}$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kepentingan/harapan. Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3.1
Diagram Kartesius

Strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing variabel pada keempat kuadran tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kuadran 1 (*Concentrate These*)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai dengan harapan pelanggan (tingkat kepuasan yang diperoleh masih rendah). Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan.

b. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*)

Merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, dan faktor-faktor yang dianggap pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata pelanggan.

c. Kuadran 3 (*Low Priority*)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. 30

d. Kuadran 4 (*Possible Overkill*)

Wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *reliabilty*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles*. Hasil penelitian juga dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cabang Cilegon, Banten.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan pelanggan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut. Dengan cara ini pihak rumah makan bebek goreng Pak Ndut dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui bahwa angket yang digunakan dalam penelitian ini telah layak karena dinyatakan valid dan reliabel.

4.1 Uji Instrumen dan Data

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan alat pengumpul data yang berupa daftar pertanyaan dan data yang diperoleh dapat diterima kebenarannya serta ketepatannya. Uji validitas penelitian ini dihitung setiap *item* atau variabel dari variabel harapan dan kinerja. Data yang diambil dari 100 responden itu selanjutnya diolah dengan menggunakan program SPSS 20.

Perhitungan validitas instrumen didasarkan pada perbandingan antara r hitung dan r tabel dimana $r \text{ tabel} = 0,196$ ($df = N-2$, $100-2 = 98$ pada $\alpha = 0,05$). Bila r hitung

lebih besar dari r tabel ($r_{hit} > r_{tabel}$) maka pertanyaan dianggap valid atau sah. Begitu juga sebaliknya, bila r hitung lebih kecil dari r tabel ($r_{hit} < r_{tabel}$) maka pertanyaan dianggap gugur.

Tabel 4.1
Uji Validitas Harapan Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	R hit	R tabel	Keterangan
Dimensi Reliability				
1	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan	0,514	0,196	Valid
2	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	0,761	0,196	Valid
3	Seharusnya keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar	0,666	0,196	Valid
Dimensi Responsiveness				
4	Seharusnya saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan	0,695	0,196	Valid
5	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh	0,755	0,196	Valid
6	Seharusnya ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu anda	0,695	0,196	Valid
Dimensi Assurances				
7	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	0,656	0,196	Valid
8	Seharusnya rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	0,767	0,196	Valid

9	Seharusnya cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut sellau sama setiap kali anda berkunjung	0,672	0,196	Valid
10	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda	0,608	0,196	Valid
Dimensi Emphaty				
11	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan perhatian secara individual kepada anda	0,495	0,196	Valid
12	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda	0,654	0,196	Valid
13	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	0,677	0,196	Valid
Dimensi Tangibles				
14	Seharusnya lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan	0,565	0,196	Valid
15	Seharusnya ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik	0,386	0,196	Valid
16	Seharusnya fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik	0,615	0,196	Valid
17	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut berpenampilan bersih dan rapih	0,676	0,196	Valid
18	Seharusnya peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap	0,576	0,196	Valid

Dari data di atas 18 pertanyaan untuk variabel harapan kualitas pelayanan yang dibagi menjadi 5 dimensi menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel harapan

kualitas pelayanan pada kelima dimensi tersebut dinyatakan valid terbukti dengan ($r_{hit} > r_{tabel}$).

Tabel 4.2
Uji Validitas Kinerja Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	R hit	R tabel	Keterangan
Dimensi Reliability				
1	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan	0,463	0,196	Valid
2	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda.	0,685	0,196	Valid
3	Seharusnya keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar.	0,670	0,196	Valid
Dimensi Responsiveness				
4	Seharusnya saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan	0,720	0,196	Valid
5	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh	0,706	0,196	Valid
6	Seharusnya ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu anda	0,791	0,196	Valid
Dimensi Assurances				
7	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	0,617	0,196	Valid
8	Seharusnya rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	0,742	0,196	Valid

9	Seharusnya cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut sellau sama setiap kali anda berkunjung	0,720	0,196	Valid
10	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda	0,816	0,196	Valid
Dimensi Emphaty				
11	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan perhatian secara individual kepada anda	0,650	0,196	Valid
12	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda	0,776	0,196	Valid
13	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	0,723	0,196	Valid
Dimensi Tangibles				
14	Seharusnya lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan	0,594	0,196	Valid
15	Seharusnya ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik	0,740	0,196	Valid
16	Seharusnya fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik	0,783	0,196	Valid
17	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut berpenampilan bersih dan rapih	0,705	0,196	Valid
18	Seharusnya peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap	0,726	0,196	Valid

Dari data di atas, 18 pertanyaan untuk variabel kinerja kualitas pelayanan yang dibagi menjadi 5 dimensi menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan semua butir pertanyaan yang terdapat pada variabel kinerja kualitas pelayanan pada kelima dimensi tersebut dinyatakan valid terbukti dengan ($r_{hit} > r_{tabel}$).

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*, dengan cara menyebarkan angket kepada para pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan *reliable* (andal), jika alpha lebih dari 0,60 (Nunally, dalam Ghazali, 2001).

Tabel 4.3
Hasil pengujian reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach's alfa</i>	Nilai Kritis	Keterangan
1	Harapan Kualitas Pelayanan	0,909	>0,6	Reliable
2	Kinerja Kualitas Pelayanan	0,938	>0,6	Reliable

Berdasarkan ringkasan seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach alfa baik pertanyaan kinerja maupun harapan lebih besar dari nilai kritisnya (0,60). Dengan mengacu pada pendapat di atas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah *reliable* (handal). Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif penelitian ini menjelaskan profil pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut berdasarkan karakteristik responden. Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 100 buah kuesioner.

Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun karakteristik tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi berkunjung. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

4.2.1 Responden berdasarkan Umur

Dengan variatifnya responden konsumen rumah makan bebek goreng Pak Ndut, maka akan memungkinkan responden bervariasi berdasarkan umur. Dari sisi konsumen suatu produk atau jasa, umur sering kali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang atau jasa, sehingga dapat menentukan kepuasan dalam menggunakan produk atau jasa tertentu.

Tabel 4.4
Pengelompokan Responden berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	<20 Tahun	10	10%
2	20-30 Tahun	71	71%
3	31-40 Tahun	4	4%
4	>41 Tahun	15	15%

Dari data tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang menjadi konsumen rumah makan bebek goreng Pak Ndut berusia kurang dari 20 (<20) yaitu sebesar 10 %. Berumur 20 sampai dengan 30 tahun sebesar 71%, usia di antara 31 – 40 tahun sebesar 4 %, usia lebih dari 41 (> 41) sebesar 15 %. Hal ini menunjukkan mayoritas pengisi

kuesioner pelanggan rumah makan bebek goreng pak Ndut berusia antara 20-30 tahun, dengan jumlah persentase 71%.

4.2.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam mengonsumsi makanan, hal ini juga berkaitan dengan tingkat harapan masing-masing jenis kelamin.

Tabel 4.5
Pengelompokan Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	54	54%
2	Perempuan	46	46%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 54 % responden berjenis kelamin laki-laki dan 46 % berjenis kelamin perempuan.

4.2.3 Responden berdasarkan Pekerjaan

Jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis yang ditekuninya. Sehingga jenis pekerjaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan konsumen rumah makan bebek goreng Pak Ndut. Tabel 4.6 berikut akan menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.6
Pengelompokan Responden berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	56	56%
2	Pegawai Swasta	16	16%
3	Pegawai Negeri Sipil	2	2%
4	Wiraswasta	5	5%
5	Dan lain-lain	21	21%
Jumlah		100	100%

Dari data tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 56 persen (56 orang). Sedangkan

distribusi pekerjaan yang lain yaitu pegawai swasta sebesar 16 persen (16 orang), pegawai negeri sipil 2 persen (2 orang), wiraswasta sebesar 5 persen (5 orang), dan lain-lain sebesar 21 persen (21 orang).

4.2.4 Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung

Frekuensi berkunjung dapat menentukan kenyamanan konsumen dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan dan kenyamanan yang diterima oleh rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten.

Tabel 4.7
Pengelompokan Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung

No	Frekuensi Berkunjung	Jumlah	Presentase
1	Satu kali	24	24%
2	Dua atau lebih dari satu kali	76	76%
Jumlah		100	100%

Dari data tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa mayoritas frekuensi berkunjung responden adalah dua atau lebih dari satu kali, yaitu sebesar 76 orang (76%), sedangkan yang berkunjung satu kali sebesar 24 orang (24%).

4.3 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data ini meliputi analisis persepsi kepuasan, analisis Servqual GAP, dan analisis diagram kartesius.

4.3.1 Analisis GAP

Gap kualitas layanan terjadi karena perbedaan persepsi manajemen dengan harapan pelanggan. Sedangkan analisis *importance performance* digunakan untuk membandingkan antara penilaian terhadap tingkat kepentingan dengan kinerja. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan pelanggan. Formula yang digunakan pada analisis GAP adalah $GAP = \text{kinerja} - \text{harapan}$

Jika gap positif atau kinerja > harapan, maka layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan. Jika gap nol atau kinerja = harapan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Dan jika gap negatif atau kinerja < harapan, maka layanan tidak berkualitas dan tidak memuaskan. Hasil selengkapnya analisis GAP dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Gap antara Kinerja dan Harapan

No	Pertanyaan	Kinerja	Harapan	Gap
Dimensi Reliability				
1	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan	4,27	4,13	0,14
2	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda	4,28	4,37	-0,09
3	Seharusnya keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar	4,52	4,54	-0,02
	Rata-rata	4,36	4,35	0,01
Dimensi Responsiveness				
4	Seharusnya saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan	4,16	4,27	-0,11
5	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh	4,22	4,33	-0,11
6	Seharusnya ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu anda	4,2	4,18	0,02
	Rata-rata	4,20	4,26	-0,06
Dimensi Assurances				
7	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan	4,28	4,35	-0,07
8	Seharusnya rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman	4,32	4,56	-0,24

9	Seharusnya cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut sellau sama setiap kali anda berkunjung	4,29	4,33	-0,04
10	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda	4,3	4,5	-0,2
	Rata-rata	4,30	4,43	-0,13
Dimensi Emphaty				
11	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan perhatian secara individual kepada anda	3,95	3,94	0,01
12	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda	4,23	4,4	-0,17
13	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	4,34	4,53	-0,19
	Rata-rata	4,17	4,29	-0,12
Dimensi Tangibles				
14	Seharusnya lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan	4,27	4,25	0,02
15	Seharusnya ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik	4,07	4,19	-0,12
16	Seharusnya fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik	4,34	4,53	-0,19
17	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut berpenampilan bersih dan rapih	4,32	4,52	-0,2
18	Seharusnya peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap	4,34	4,39	-0,05
	Rata-rata	4,27	4,37	-0,1
	Rata-rata total	4,26	4,34	-0,08

Berdasarkan hasil data dari tabel 4.8 di atas dapat dijelaskan tingkat kepuasan konsumen rumah makan bebek goreng Pak Ndut, yaitu dengan membandingkan hasil kinerja perusahaan terhadap harapan konsumen melalui analisis GAP. Jika penilaian tingkat kinerja perusahaan kurang dari tingkat harapan konsumen maka konsumen tersebut belum memperoleh kepuasan ($GAP < 0$).

a. Dimensi *Reliability*

Hasil analisis GAP dan tingkat kesesuaian pada dimensi *reliability* dapat diketahui bahwa sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena dimensi *reliability* memiliki nilai GAP positif dengan rata-rata nilai GAP sebesar 0,01, yang mana nilai tersebut berada diatas 0 (negatif).

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat *reliability* rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten lebih dari harapan konsumen sehingga sudah mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

b. Dimensi *Responsiveness*

Hasil analisis GAP dan tingkat kesesuaian pada dimensi *responsiveness* dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. hal ini disebabkan karena hampir seluruh variabel pada dimensi *responsiveness* memiliki rata-rata nilai GAP negatif yaitu sebesar -0,06, yang mana nilai tersebut berada di bawah nilai 0 (negatif).

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat *Responsiveness* perusahaan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten, secara keseluruhan masih belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga belum mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

c. Dimensi Assurance

Hasil analisis GAP dan tingkat kesesuaian pada dimensi *Assurance* dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena hampir seluruh variabel pada dimensi *Assurance* masih memiliki nilai GAP negatif yaitu sebesar -0,13, yang mana nilai tersebut berada di bawah nilai 0 (negatif).

Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat *assurance* yang diberikan oleh rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten, masih belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

d. Dimensi Emphaty

Hasil analisis GAP dan tingkat kesesuaian pada dimensi *empathy* dapat diketahui belum mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh variabel pada dimensi *empathy* memiliki nilai GAP negatif dengan rata-rata nilai GAP sebesar -0,08, yang mana nilai tersebut berada di bawah 0 (negatif).

e. Dimensi Tangibles

Hasil analisis GAP dan tingkat kesesuaian pada dimensi *tangibles* dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena hampir semua variabel pada dimensi *tangibles* masih memiliki nilai GAP negatif dan rata-rata nilai GAP *tangibles* adalah negatif yaitu -0,1 yang mana nilai tersebut berada di bawah nilai 0 (negatif).

Dari hasil analisis GAP secara keseluruhan dimensi diperoleh nilai GAP sebesar -0,08. Hal ini berarti secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten kepada pelanggannya

dari segi dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles* belum sesuai dengan harapan pelanggan.

4.3.2 Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius per-atribut bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah *performance* (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) , dimana:

$\bar{\bar{X}}$ = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten.

$\bar{\bar{Y}}$ = Skor rata-rata seluruh faktor harapan pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten.

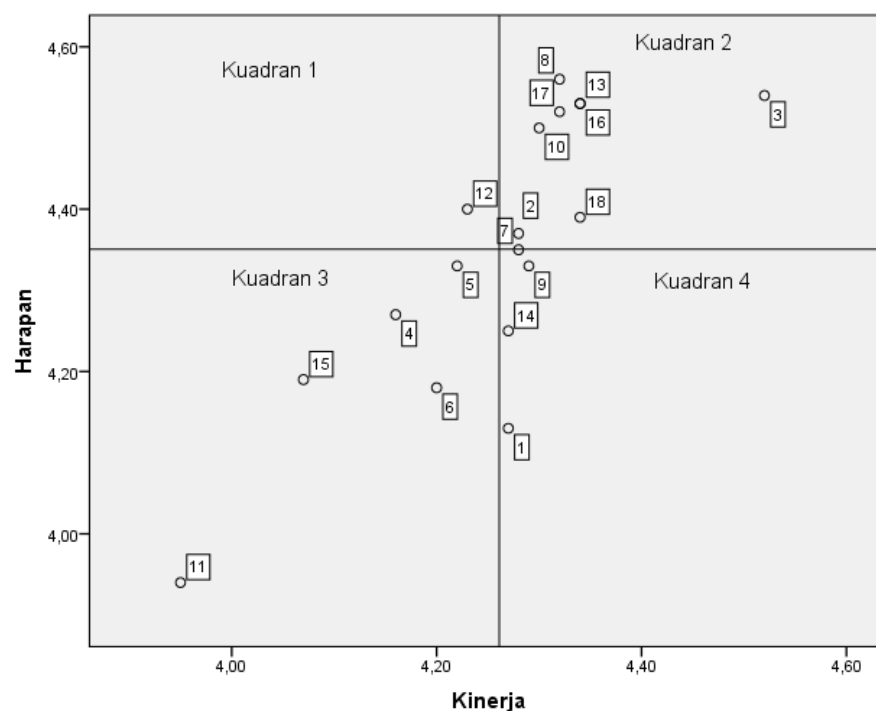
$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata sebagai berikut :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{4,27 + 4,28 + 4,52 + \dots + 4,34}{18} = 4,26$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{4,13 + 4,37 + 4,54 + \dots + 4,39}{18} = 4,34$$

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 4,26 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4,34. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi ke dalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk atribut yang nilai kinerja kurang dari 4,26 dan nilai harapannya di atas 4,34. Kuadran B, yaitu atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja di atas 4,26 dan nilai harapannya di atas 4,34. Kuadran C yaitu atribut yang memiliki nilai kinerja kurang dari 4,26 dan nilai harapannya kurang dari 4,34. Sedangkan pada kuadran D berisi atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja lebih dari 4,26 tetapi nilai harapannya kurang dari 4,34. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.8 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut:



Gambar 4.1
Diagram Kartesius Pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut, Cabang Cilegon, Banten

a. Kuadran satu

Variabel yang berada pada kuadran 1 artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan pelanggan cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Atribut yang ada dalam kuadran 1 adalah:

1. Atribut 12 yaitu karyawan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan.

b. Kuadran dua

Atribut yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan *performance* yang tinggi pula. Atribut-atribut yang ada dalam kuadran 2 ini adalah:

1. Atribut 2 yaitu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan.
2. Atribut 3 yaitu keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar.
3. Atribut 7 yaitu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan.
4. Atribut 8 yaitu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman.
5. Atribut 10 yaitu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan.
6. Atribut 13 yaitu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.

7. Atribut 16 yaitu fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik.
8. Atribut 17 yaitu karyawan berpenampilan bersih dan rapi.
9. Atribut 18 yaitu peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap.

c. Kuadran tiga

Atribut yang berada pada kuadran C adalah atribut yang memiliki tingkat harapan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat harapan pelanggan rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan ketika menggunakan kualitas pelayanan pada rumah makan bebek goreng Pak Ndut. Atribut-atribut yang ada dalam kuadran 3 ini adalah:

1. Atribut 4 yaitu pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan.
2. Atribut 5 yaitu tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh.
3. Atribut 6 yaitu ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan .bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu pelanggan.
4. Atribut 11 yaitu memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.
5. Atribut 15 yaitu ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik.

d. Kuadran empat

Atribut yang berada pada kuadran 4 adalah atribut yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi atribut ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Atribut yang ada dalam kuadran ini adalah:

1. Atribut 1 yaitu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan.
2. Atribut 9 yaitu cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu sama setiap kali pelanggan berkunjung.
3. Atribut 14 yaitu lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan.

4.4 Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 100 responden para pelanggan rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten. Harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sangat tinggi, dapat dilihat dari tabel 4.8 dengan nilai rata-rata total sebesar 4,34. Kinerja yang diberikan perusahaan kepada pelanggan terbilang cukup tinggi walaupun belum melebihi harapan, dapat dilihat dari tabel 4.8 dengan nilai rata-rata total sebesar 4,26.

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach alpha dari setiap variabel lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa kuesioner tersebut reliabel atau handal. Sedangkan untuk uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) lebih dari 0,196.

4.4.1 Kualitas pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut berdasarkan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

a. Dimensi *Reliability*

Dalam dimensi *reliability* kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut sudah cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata GAP yang positif sebesar 0,01. Pada atribut kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan mendapat hasil positif dengan GAP 0,14 yang berarti atribut

ini berkualitas. Pada atribut kecekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,09. Pada atribut keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,02.

Secara keseluruhan atribut yang berada pada dimensi *reliability* memperoleh nilai rata-rata GAP yang positif, hal ini menunjukkan kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan bebek goreng pak Ndut dalam dimensi ini sudah memperoleh kepuasan pelanggan.

Dalam Diagram Kartesius atribut 1 yaitu kemampuan mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan berada di kuadran 4, Pada atribut 2 yaitu kecekatan karyawan dalam menangani kebutuhan akan pesanan berada pada kuadran 2, Pada atribut 3 yaitu keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir juga berada pada kuadran 2.

b. Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi *responsiveness* kualitas pelayanan yang diberikan masih belum cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata gap yang negatif sebesar -0,06. Pada atribut waktu pelanggan dalam menerima menu yang dipesan bernilai GAP negatif -0,11. Pada atribut tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh nilai GAP negatif -0,11, sedangkan pada atribut kesediaan karyawan membantu konsumen di saat mempunyai waktu luang memperoleh GAP positif 0,02.

Atribut-atribut yang ada pada dimensi ini berada pada kuadran 3 yang berarti tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan terbilang rendah, tetapi kinerja yang rendah dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dapat dilihat dari nilai rata-rata tingkat harapan pelanggan berada di tingkat harapan terendah di antara dimensi lain,

yaitu sebesar 4,26. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak berharap tinggi terhadap kualitas pelayanan pada dimensi ini.

c. Dimensi *Assurances*

Pada dimensi *assurance* kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan belum cukup baik, dilihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,13. Hal ini dapat dilihat dari atribut Pengetahuan karyawan mengenai menu yang dipesan konsumen memperoleh nilai GAP negatif -0,07, dengan nilai kinerja 4,28 dan harapan 4,35. Pada atribut kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,24, dengan nilai kinerja 4,32 dan harapan 4,56. Pada atribut cita rasa makanan yang disajikan selalu sama memperoleh nilai GAP negatif -0,04, dengan nilai kinerja 4,29 dan harapan 4,33, sedangkan pada atribut sikap sopan dan sabar karyawan memperoleh nilai GAP negatif -0,2, dengan nilai kinerja 4,3 dan harapan 4,5.

Dalam diagram kartesius atribut 7 yaitu Pengetahuan karyawan mengenai menu yang dipesan konsumen berada di kuadran 2, Pada atribut 8 yaitu kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman berada dalam kuadran 2, Pada atribut 9 yaitu cita rasa makanan yang disajikan selalu sama berada pada kuadran 4, pada atribut 10 yaitu sikap sopan dan sabar karyawan berada di kuadran 2.

d. Dimensi *Emphaty*

Pada dimensi *empathy* kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan belum cukup baik, dilihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,12 namun, terdapat atribut yang memperoleh nilai positif yaitu atribut pemberian perhatian dari karyawan terhadap pelanggan yang memperoleh GAP positif sebesar 0,01, dengan nilai kinerja 3,95 dan tingkat harapan 3,94 sedangkan pada atribut kesungguhan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan memperoleh GAP negatif -0,17, dengan tingkat kinerja

4,23 dan harapan 4,4. Pada atribut pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,19, dengan tingkat kinerja 4,34 dan harapan 4,53.

Dalam diagram kartesius Atribut 11 yaitu pemberian perhatian dari karyawan terhadap pelanggan berada pada kuadran 3, sedangkan atribut 12 yaitu kesungguhan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan berada pada kuadran 1, dan atribut 13 yaitu pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial berada pada kuadran 2.

e. Dimensi *Tangibles*

Pada dimensi *tangibles* kualitas pelayanan yang diberikan belum cukup baik, hal ini terlihat pada nilai GAP rata-rata sebesar -0,1, namun terdapat atribut yang berkualitas yaitu atribut kemudahan lokasi rumah makan untuk ditemukan yang memperoleh nilai GAP positif sebesar 0,02, sedangkan pada atribut dekorasi ruangan yang menarik memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,12, dengan tingkat kinerja 4,07 dan harapan 4,19. Pada atribut fasilitas pelengkap yang bersih dan dalam keadaan baik, seperti kursi, meja, *westafel*, dan lain-lain memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,19, dengan tingkat kinerja 4,34 dan harapan 4,53. Pada atribut kebersihan dan kerapian penampilan karyawan memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,2 dengan tingkat kinerja 4,32, dan tingkat harapan 4,52. Pada atribut kelengkapan peralatan makan memperoleh nilai GAP negatif sebesar -0,05 dengan tingkat kinerja 4,34 dan harapan 4,39,

Dalam Diagram Kartesius, atribut 14 yaitu kemudahan lokasi rumah makan untuk ditemukan berada di kuadran 4, atribut 15 yaitu dekorasi ruangan yang menarik berada pada kuadran tiga, atribut 16 yaitu fasilitas pelengkap yang bersih dan dalam keadaan baik, seperti kursi, meja, *westafel*, dan lain-lain berada pada kuadran 2, atribut

17 yaitu kebersihan dan kerapian penampilan karyawan berada pada kuadran 2, atribut 18 yaitu kelengkapan peralatan makan berada pada kuadran 2.

4.4.2 Pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut

Dilihat dari hasil analisis data pada tabel 4.8, maka dapat terlihat bahwa rumah makan bebek goreng Pak Ndut belum menunjukkan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan harapan atau ekspektasi konsumen. Nilai rata-rata total harapan konsumen sebesar 4,34, sedangkan nilai rata-rata total kinerja sebesar 4,26. Hal ini menyebabkan terjadinya GAP dengan nilai negatif sebesar -0,08. Dari GAP negatif tersebut dapat dilihat bahwa perusahaan belum bisa memberikan pelayanan yang berkualitas yang sesuai dengan harapan konsumen, namun terdapat beberapa atribut yang berkualitas, atribut tersebut adalah:

- a. Atribut 1 yaitu kemampuan karyawan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang dipesan pelanggan.
- b. Atribut 6 yaitu kesediaan karyawan membantu pelanggan ketika memiliki waktu luang.
- c. Atribut 11 yaitu pemberian perhatian oleh karyawan kepada pelanggan.
- d. Atribut 14 yaitu kemudahan lokasi rumah makan untuk ditemukan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka dari masing-masing dimensi diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Pada dimensi *reliability* kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, dilihat dari nilai rata-rata GAP yang positif sebesar 0,01, yang berarti pelanggan sudah puas. Dilihat dari hasil analisis GAP dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa kemampuan karyawan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan telah dianggap baik. Hal ini menunjukkan untuk atribut ini pelanggan telah merasa puas sehingga harus dipertahankan kualitas pelayanannya. Sedangkan untuk kecekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan belum dianggap baik oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan dalam hal kecekatan karyawan dalam memenuhi kebutuhan akan pesanan pelanggan. Dari segi keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir pelanggan belum merasa puas,
- b. Dimensi *responsiveness* kualitas pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut belum cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,06 yang berarti menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas. Dari segi waktu pelanggan dalam menerima menu pesanan masih kurang baik, hasil analisis GAP menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas dengan kualitas layanan yang telah diberikan. Dalam hal tidak membiarkan pelanggan berdiri terlalu lama ketika tempat penuh dianggap pelanggan belum cukup baik, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas, Sedangkan dari segi

kesediaan karyawan membantu konsumen di saat waktu luang memperoleh GAP positif yang berarti dianggap sudah cukup puas oleh pelanggan.

- c. Pada dimensi *assurances* kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan belum terlalu baik, dilihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,13, yang berarti hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa kurang puas. Pada atribut Pengetahuan karyawan mengenai menu yang dipesan konsumen belum dianggap baik oleh pelanggan, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas. Pada atribut kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman juga dianggap pelanggan masih belum baik, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas. Dari segi cita rasa makanan yang disajikan selalu sama dilihat dari hasil analisis GAP pelanggan merasa kurang puas.
- d. Dimensi *emphaty*, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan belum cukup baik, dilihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,12, yang berarti hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa kurang puas. Namun, dalam hal atribut pemberian perhatian dari karyawan terhadap pelanggan memperoleh hasil analisis GAP yang positif, menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas. Sedangkan pada atribut kesungguhan karyawan dalam merespon permintaan pelanggan dianggap pelanggan masih kurang, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas. Begitu juga dalam hal pemberian pelayanan tanpa memandang status sosial menurut pelanggan masih belum cukup memuaskan, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas.

- e. Pada dimensi *tangibles*, kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan belum cukup baik, hal ini terlihat dari nilai rata-rata GAP negatif sebesar -0,1, hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kurang puas dengan kinerja perusahaan pada dimensi *tangibles*. Kemudahan lokasi rumah makan untuk ditemukan memperoleh nilai positif, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan bahwa pelanggan telah merasa puas. Namun dalam hal dekorasi ruangan yang menarik dinilai belum cukup baik, hal ini membuat pelanggan belum merasa nyaman dengan suasana rumah makan, dilihat dari hasil analisis GAP yang menunjukkan pelanggan belum merasa puas, pada atribut fasilitas pelengkap yang bersih dan dalam keadaan baik, seperti kursi, meja, *westafel*, dan lain-lain pelanggan juga belum merasa puas. Pada atribut kebersihan dan kerapian penampilan karyawan dilihat dari hasil analisis GAP menunjukkan bahwa pelanggan belum merasa puas, dan kelengkapan peralatan makanan juga belum memuaskan pelanggan, hal ini terlihat dari hasil analisis GAP yang negatif.

5.2 Saran

- a. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut harus mempertahankan kemampuan karyawan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan kepada pelanggan, karena pelanggan sudah merasa cukup puas.
- b. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut harus terus mengevaluasi SDM mereka, dikarenakan dalam menjual jasa, SDM berperan penting dalam menentukan kualitas dari perusahaan. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut, harus memberikan respon yang cepat dan mudah dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, pemberian *training and development* diharapkan bisa meningkatkan kinerja

karyawan, sehingga pelanggan dapat merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

- c. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten, harus terus meningkatkan pengetahuan karyawan mengenai menu makanan, menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minumannya, dan juga kesopanan dan kesabaran dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal-hal tersebut dapat membuat pelanggan merasa nyaman untuk berkomunikasi dengan karyawan.
- d. Rumah makan bebek goreng Pak Ndut, cabang Cilegon, Banten, diharapkan dapat mendekorasi ruangan menjadi lebih menarik, karena dekorasi yang menarik dapat menarik minat dan membuat pelanggan dapat merasa lebih nyaman.
- e. Kebersihan dan kerapian karyawan perlu di perhatikan demi menjaga kualitas pelayanan dan kenyamanan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, D., dan Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Edvardsson, B. (1997). production economics Quality in new service development : Key concepts and a frame of reference. *International Journal of Production Economics*, 52, 31–46.
- Koh, Y., Lee, S., dan Boo, S. (2009). International Journal of Hospitality Management Does franchising help restaurant firm value ?, 28, 289–296. <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2008.10.001>
- Markovic, S., Raspor, S., dan Dorcic, J. (2011). WHAT ARE THE KEY DIMENSIONS OF RESTAURANT SERVICE QUALITY ? AN EMPIRICAL STUDY IN THE CITY RESTAURANT SETTINGS. *Tourism in South East Europe ...; Opatija*, 1, 235–249.
- Parasuraman, A., dan Berry, L. L. (1994). Alternative Scales for Measuring Service Quality : A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230.
- Primananda, P. B. D., dan Setiawan, P. Y. (2014). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GOOD DEAL RESTAURANT. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(3), 770–783.
- Ruiqi, Z., dan Adrian, P. (2009). Using servqual to measure the service quality of travel agents in guangzhou, south china, 9(1).
- Subakti, A. G. (2014). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI RESTORAN SAUNG MIRAH , BOGOR. *E-Journal Bina Nusantara*, 5(1), 49–56.
- Utami, I. A. I. S., dan Jatra, I. M. (2015). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN BARUNA SANUR. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 1984–2000.
- Widjoyo, I. O., Rumambi, L. J., Kunto, S., Pemasaran, P. M., dan Petra, U. K. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Drive Thru McDonald ' s Basuki Rahmat di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–12.
- Zhang, M., Xie, Y., Huang, L., dan He, Z. (2014). Service quality evaluation of car rental industry in China. *International Journal of Quality dan Reliability Management*, 31(1), 82–102.

Lampiran 1

Kuisisioner

Kepada Yth. Responden Penelitian

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia

Nama : Harjuno Jamaludin P.

NIM : 13311523

Fakultas : Ekonomi

Jurusan Manajemen

Dalam rangka melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul "Analisis Kualitas Pelayanan Rumah Makan Bebek Goreng Pak Ndut, Cabang Cilegon, Banten". Dengan ini Saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terdiri dari beberapa pernyataan. Dalam pengisian kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah selama proses yang saudara/i berikan. Oleh karena itu, saya berharap saudara/i dapat memberikan jawaban sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Atas perhatian dan kesediaan menjadi partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Harjuno Jamaludin P.

Kuisisioner

1. Identitas Responden

Umur : a. < 20 tahun b. 20-30 tahun c. 31-40 tahun d. > 41 tahun

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Pekerjaan : a. Pelajar b. Pegawai Swasta c. PNS d. Wiraswasta e. dan lain-lain

Frekuensi berkunjung : a. Satu Kali b. dua atau lebih dari dua kali

2. Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang dipilih.

Kriteria Penilaian :

No.	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3. Petunjuk Kualitas Pelayanan (Harapan)

Peneliti mengharapkan konsumen dapat mengisi sesuai dengan harapan kualitas pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut yang ingin dirasakan.

Indikator-indikator tiap variabel:

No	Variabel (<i>Reliability</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
1	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan					
2	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda					
3	Seharusnya keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar					

No	Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
4	Seharusnya saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan					
5	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh					
6	Seharusnya ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu anda					

No	Variabel Jaminan (<i>Assurances</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
7	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan					
8	Seharusnya rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman					
9	Seharusnya cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu sama setiap kali anda berkunjung					
10	Seharusnya karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda					

No	Variabel Empati (<i>Emphaty</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
11	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan perhatian secara individual kepada anda					
12	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda					
13	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					

No	Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
14	Seharusnya lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan					
15	Seharusnya ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik					
16	Seharusnya fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik					

17	Seharusnya karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut berpenampilan bersih dan rapih					
18	Seharusnya peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap					

4. Petunjuk Kualitas Pelayanan (Kinerja)

Peneliti mengharapkan konsumen dapat mengisi sesuai dengan kualitas pelayanan rumah makan bebek goreng Pak Ndut yang telah dirasakan

Indikator-indikator tiap variabel:

No	Variabel (<i>Reliability</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
1	Karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan					
2	Karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda					
3	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir rumah makan bebek goreng Pak Ndut pada saat anda membayar					

No	Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
4	Saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan					
5	Karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh					
6	Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki waktu luang untuk membantu anda					

No	Variabel Jaminan (<i>Assurances</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
7	Karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan					
8	Rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman					
9	Cita rasa menu yang disajikan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu sama setiap kali anda berkunjung					
10	Karyawan rumah makan bebek goreng Pak Ndut selalu bersikap sopan dan sabar kepada anda					

No	Variabel Empati (<i>Emphaty</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
11	Karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan perhatian secara individual kepada anda					
12	Karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda					
13	Karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					

No	Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	SS	ST	KS	TS	STS
14	Lokasi Rumah makan bebek goreng Pak Ndut mudah untuk ditemukan					
15	Ruangan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut memiliki dekorasi yang menarik					
16	Fasilitas pelengkap yang disediakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik					
17	Karyawan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut berpenampilan bersih dan rapih					
18	Peralatan makan yang digunakan Rumah makan bebek goreng Pak Ndut lengkap					

Lampiran 2

Karakteristik Responden

Identitas Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<20 Tahun	10	10.0	10.0	10.0
>41 Tahun	15	15.0	15.0	25.0
Valid 20-30 Tahun	71	71.0	71.0	96.0
31-40 Tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	54	54.0	54.0	54.0
Valid Perempuan	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dan lain-lain	21	21.0	21.0	21.0
Pegawai Negeri Sipil	2	2.0	2.0	23.0
Valid Pegawai Swasta	16	16.0	16.0	39.0
Pelajar/Mahasiswa	56	56.0	56.0	95.0
Wiraswasta	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi Berkunjung

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dua atau lebih dari dua kali	76	76.0	76.0	76.0
Satu Kali	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 3

Data Kuisioner Kinerja Kualitas Pelayanan

No	Identitas Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Frekuensi Berkunjung
1	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
2	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
3	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
4	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
5	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
6	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
7	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
8	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
9	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Satu Kali
10	<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
11	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Satu Kali
12	>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
13	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
14	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
15	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
16	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
17	20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
18	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
19	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
21	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
22	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali

23	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
24	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
25	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
26	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
27	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
28	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
29	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
30	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
31	<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
32	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
33	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
34	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
35	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
36	>41 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
37	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
38	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
39	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
40	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
41	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
42	<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
43	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
44	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
45	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
46	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil	Dua atau lebih dari dua kali
47	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
48	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
49	20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali

50	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
51	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
52	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
53	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
54	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
55	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
56	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
57	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
58	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
59	20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Satu Kali
60	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
61	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
62	>41 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
63	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
64	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
65	31-40 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
66	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
67	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
68	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
69	20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
70	>41 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
71	>41 Tahun	Laki-laki	Pegawai Negeri Sipil	Dua atau lebih dari dua kali
72	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
73	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
74	20-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
75	<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
76	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali

77	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
78	>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
79	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
80	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
81	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
82	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
83	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
84	20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
85	>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
86	31-40 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
87	>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Satu Kali
88	31-40 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
89	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
90	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
91	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
92	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
93	>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
94	20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
95	>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
96	20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
97	20-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Satu Kali
98	31-40 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
99	<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
100	20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Total	Rata-rata
----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------	-----------

4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	82	4.555556
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	69	3.833333
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	83	4.611111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	3	3	3	3	67	3.722222
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	61	3.388889
5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	75	4.166667
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	64	3.555556
3	3	5	3	3	3	2	3	3	3	5	4	3	2	5	3	5	5	63	3.5
5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	78	4.333333
4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	66	3.666667
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70	3.888889
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	83	4.611111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
4	5	4	4	5	4	4	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	3	60	3.333333
3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	2	63	3.5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	4.055556
5	5	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	73	4.055556
4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	62	3.444444
3	2	4	2	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	2	4	3	4	59	3.277778
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
5	5	5	1	1	1	5	5	1	1	1	2	5	5	1	1	5	5	55	3.055556
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	78	4.333333
4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	79	4.388889
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	70	3.888889
4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	2	60	3.333333

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	63	3.5
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	3.055556
3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	62	3.444444
4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	68	3.777778
5	4	5	4	4	3	4	4	5	2	2	2	1	5	4	4	4	4	66	3.666667
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	84	4.666667
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	85	4.722222
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	75	4.166667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	89	4.944444
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	66	3.666667
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	67	3.722222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	4.833333
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	70	3.888889
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	84	4.666667
5	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	76	4.222222
4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	1	3	5	3	5	5	3	3	75	4.166667
4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	72	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	86	4.777778
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	88	4.888889
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	84	4.666667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	72	4

5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	67	3.722222
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	63	3.5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	67	3.722222
3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	59	3.277778
5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	84	4.666667
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	74	4.111111
5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	75	4.166667
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	3	4	75	4.166667
4	3	4	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	69	3.833333
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	3.944444
3	4	5	4	2	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	74	4.111111
4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	78	4.333333
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	85	4.722222
5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	82	4.555556
4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	3	3	3	74	4.111111
4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	84	4.666667
5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	84	4.666667
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88	4.888889
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	86	4.777778
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	76	4.222222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	89	4.944444
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55	3.055556
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	62	3.444444
5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	86	4.777778

5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	4	4	81	4.5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	86	4.777778
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
5	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	4	5	5	5	83	4.611111
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	84	4.666667
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	85	4.722222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	88	4.888889
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	86	4.777778
4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	85	4.722222
4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	82	4.555556
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	85	4.722222
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	86	4.777778
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	85	4.722222
5	3	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	79	4.388889
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	87	4.833333
427	428	452	416	422	420	428	432	429	430	395	423	434	427	407	434	432	434		
4.27	4.28	4.52	4.16	4.22	4.2	4.28	4.32	4.29	4.3	3.95	4.23	4.34	4.27	4.07	4.34	4.32	4.34		

Uji Validitas Kinerja Kualitas Pelayanan

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Total
Q 1	Pears on Correl ation	1	.379*	.447*	.171	.196	.314*	.315*	.336*	.241*	.271*	.292*	.290*	.279*	.382*	.183	.265*	.326*	.379*	.463*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.089	.051	.001	.001	.001	.016	.006	.003	.003	.005	.000	.069	.008	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 2	Pears on Correl ation	.379*	1	.561*	.549*	.405*	.442*	.560*	.542*	.434*	.444*	.236*	.393*	.586*	.382*	.421*	.399*	.459*	.609*	.685*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 3	Pears on Correl ation	.447*	.561*	1	.359*	.415*	.403*	.484*	.556*	.396*	.424*	.338*	.469*	.498*	.287*	.436*	.506*	.527*	.598*	.670*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 4	Pears on Correl ation	.171	.549*	.359*	1	.702*	.610*	.362*	.521*	.526*	.593*	.370*	.488*	.401*	.390*	.646*	.540*	.367*	.366*	.720*
	Sig. (2-	.089	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	tailed)																			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 5	Pears on Correl ation	.196	.405*	.415*	.702*	1	.666*	.368*	.456*	.517*	.611*	.444*	.544*	.415*	.382*	.578*	.496*	.261*	.319*	.706*
	Sig. (2- tailed)	.051	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 6	Pears on Correl ation	.314*	.442*	.403*	.610*	.666*	1	.403*	.535*	.577*	.722*	.635*	.702*	.486*	.387*	.538*	.620*	.421*	.419*	.791*
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 7	Pears on Correl ation	.315*	.560*	.484*	.362*	.368*	.403*	1	.585*	.398*	.479*	.250*	.439*	.529*	.377*	.283*	.373*	.361*	.412*	.617*
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 8	Pears on Correl ation	.336*	.542*	.556*	.521*	.456*	.535*	.585*	1	.554*	.617*	.369*	.461*	.561*	.427*	.390*	.533*	.548*	.522*	.742*
	Sig. (2- tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 9	Pears on Correlation	.241*	.434*	.396*	.526*	.517*	.577*	.398*	.554*	1	.658*	.451*	.490*	.423*	.368*	.551*	.629*	.425*	.388*	.720*
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 10	Pears on Correlation	.271*	.444*	.424*	.593*	.611*	.722*	.479*	.617*	.658*	1	.558*	.718*	.612*	.405*	.549*	.683*	.434*	.445*	.816*
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 11	Pears on Correlation	.292*	.236*	.338*	.370*	.444*	.635*	.250*	.369*	.451*	.558*	1	.621*	.393*	.259*	.426*	.501*	.480*	.394*	.650*
	Sig. (2-tailed)	.003	.018	.001	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000		.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 12	Pears on Correlation	.290*	.393*	.469*	.488*	.544*	.702*	.439*	.461*	.490*	.718*	.621*	1	.616*	.313*	.512*	.625*	.488*	.589*	.776*
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Q 13	Pears on Correl ation	.279*	.586*	.498*	.401*	.415*	.486*	.529*	.561*	.423*	.612*	.393*	.616*	1	.302*	.469*	.511*	.543*	.571*	.723*
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 14	Pears on Correl ation	.382*	.382*	.287*	.390*	.382*	.387*	.377*	.427*	.368*	.405*	.259*	.313*	.302*	1	.508*	.395*	.465*	.447*	.594*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.009	.001	.002		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 15	Pears on Correl ation	.183	.421*	.436*	.646*	.578*	.538*	.283*	.390*	.551*	.549*	.426*	.512*	.469*	.508*	1	.614*	.555*	.530*	.740*
	Sig. (2-tailed)	.069	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 16	Pears on Correl ation	.265*	.399*	.506*	.540*	.496*	.620*	.373*	.533*	.629*	.683*	.501*	.625*	.511*	.395*	.614*	1	.585*	.580*	.783*
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 17	Pears on Correl	.326*	.459*	.527*	.367*	.261*	.421*	.361*	.548*	.425*	.434*	.480*	.488*	.543*	.465*	.555*	.585*	1	.720*	.705*

	ation																			
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q 18	Pears on Correlation	.379*	.609*	.598*	.366*	.319*	.419*	.412*	.522*	.388*	.445*	.394*	.589*	.571*	.447*	.530*	.580*	.720*	1	.726*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
To tal	Pears on Correlation	.463*	.685*	.670*	.720*	.706*	.791*	.617*	.742*	.720*	.816*	.650*	.776*	.723*	.594*	.740*	.783*	.705*	.726*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																				
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																				

Lampiran 4

Data Kuisioner Harapan Kualitas Pelayanan

Identitas Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Frekuensi Berkunjung
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Satu Kali
<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Satu Kali
>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali

20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Negeri Sipil	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali

20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Satu Kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
31-40 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
>41 Tahun	Laki-laki	Pegawai Negeri Sipil	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali

>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
31-40 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Satu Kali
31-40 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
>41 Tahun	Perempuan	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Satu Kali
>41 Tahun	Laki-laki	Dan lain-lain	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pegawai Swasta	Satu Kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Wiraswasta	Satu Kali
31-40 Tahun	Perempuan	Pegawai Swasta	Dua atau lebih dari dua kali
<20 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali
20-30 Tahun	Laki-laki	Pelajar/Mahasiswa	Dua atau lebih dari dua kali

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Total	Rata-rata
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	86	4.777778

3	4	3	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	3.388889
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	85	4.722222
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	3	71	3.944444
4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	82	4.555556
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	85	4.722222
4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	72	4
3	3	1	1	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	2	5	5	69	3.833333
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	3	5	3	78	4.333333
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	80	4.444444
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	84	4.666667
3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	2	2	5	4	4	73	4.055556
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87	4.833333
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70	3.888889
3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3	3	2	3	2	67	3.722222
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	3	3	2	4	44	2.444444
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	88	4.888889
3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	5	5	5	76	4.222222
4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	78	4.333333
3	4	4	5	4	4	2	4	4	5	2	4	4	2	4	4	4	4	67	3.722222
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	74	4.111111
5	5	5	5	1	1	5	5	1	1	2	5	5	5	5	1	5	5	67	3.722222
4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	80	4.444444
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	82	4.555556
5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	73	4.055556
3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	5	3	3	3	46	2.555556
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5

4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
3	3	4	2	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	61	3.388889
3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	66	3.666667
3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	62	3.444444
5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	81	4.5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	86	4.777778
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	82	4.555556
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	85	4.722222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	88	4.888889
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	85	4.722222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	89	4.944444
5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	4	3	5	5	5	79	4.388889
4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	76	4.222222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5
4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	84	4.666667
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	76	4.222222
5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	86	4.777778
4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	79	4.388889
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89	4.944444
3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	2	4	5	2	2	5	5	2	72	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	81	4.5
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	84	4.666667
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	88	4.888889
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	83	4.611111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	73	4.055556
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4

3	4	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	61	3.388889
3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	85	4.722222
4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	83	4.611111
5	4	5	3	3	2	5	4	2	4	5	5	5	3	3	4	3	4	69	3.833333
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	83	4.611111
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	88	4.888889
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	85	4.722222
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	87	4.833333
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	87	4.833333
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	70	3.888889
2	4	5	5	3	4	5	5	4	4	1	4	5	4	4	5	5	4	73	4.055556
5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	2	4	5	5	4	77	4.277778
5	4	5	4	4	2	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	3	2	73	4.055556
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	5	5	3	3	5	5	4	78	4.333333
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	74	4.111111
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	84	4.666667
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	87	4.833333
5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	4	4	3	68	3.777778
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	72	4
3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	84	4.666667
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	79	4.388889
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	83	4.611111
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	3.944444
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	4.055556
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	88	4.888889
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	88	4.888889

3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	5	5	4	66	3.666667
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	86	4.777778
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	72	4
4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	82	4.555556
4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	81	4.5
4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	78	4.333333
3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	72	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	86	4.777778
5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	78	4.333333
3	4	5	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	75	4.166667
3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	81	4.5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	80	4.444444
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	85	4.722222
4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	82	4.555556
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	83	4.611111
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	86	4.777778
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	79	4.388889
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	84	4.666667
413	437	454	427	433	418	435	456	433	450	394	440	453	425	419	453	452	439		
4.13	4.37	4.54	4.27	4.33	4.18	4.35	4.56	4.33	4.5	3.94	4.4	4.53	4.25	4.19	4.53	4.52	4.39		

Uji Validitas Harapan Kualitas Pelayanan

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	Total
Q1	Pearson Correlation	1	.486**	.443**	.363**	.254*	.253*	.402**	.321**	.135	.203*	.260**	.438**	.345**	.283**	.081	.182	.226*	.198*	.514**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.011	.011	.000	.001	.182	.043	.009	.000	.000	.004	.423	.070	.024	.049	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q2	Pearson Correlation	.486**	1	.660**	.610**	.509**	.363**	.519**	.616**	.433**	.432**	.248*	.506**	.675**	.369**	.175	.346**	.537**	.316**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.000	.000	.000	.082	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q3	Pearson Correlation	.443**	.660**	1	.549**	.443**	.296**	.565**	.559**	.334**	.284**	.245*	.439**	.414**	.330**	.027	.464**	.354**	.265**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.000	.001	.004	.014	.000	.000	.001	.787	.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q4	Pearson Correlation	.363**	.610**	.549**	1	.613**	.411**	.522**	.549**	.333**	.403**	.108	.398**	.496**	.323**	.182	.377**	.412**	.288**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.286	.000	.000	.001	.071	.000	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q5	Pearson Correlation	.254*	.509**	.443**	.613**	1	.655**	.432**	.586**	.616**	.676**	.348**	.375**	.476**	.224*	.098	.579**	.456**	.266**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.025	.332	.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q6	Pearson Correlation	.253*	.363**	.296**	.411**	.655**	1	.379**	.541**	.579**	.529**	.375**	.484**	.295**	.221*	.200*	.452**	.494**	.371**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.027	.047	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Q7	Pearson Correlation	.402 **	.519 **	.565 **	.522 **	.432 **	.379 **	1	.630 **	.372 **	.313 **	.163	.495 **	.551 **	.296 **	.021	.289 **	.352 **	.308 **	.656 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.106	.000	.000	.003	.834	.003	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q8	Pearson Correlation	.321 **	.616 **	.559 **	.549 **	.586 **	.541 **	.630 **	1	.485 **	.481 **	.302 **	.466 **	.605 **	.288 **	.180	.336 **	.543 **	.395 **	.767 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.004	.074	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q9	Pearson Correlation	.135	.433 **	.334 **	.333 **	.616 **	.579 **	.372 **	.485 **	1	.633 **	.328 **	.280 **	.447 **	.242 *	.159	.555 **	.500 **	.253 *	.672 **
	Sig. (2-tailed)	.182	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.005	.000	.015	.115	.000	.000	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q10	Pearson Correlation	.203 *	.432 **	.284 **	.403 **	.676 **	.529 **	.313 **	.481 **	.633 **	1	.304 **	.348 **	.407 **	.091	.059	.407 **	.277 **	.143	.608 **
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.004	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.002	.000	.000	.369	.559	.000	.005	.155	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q11	Pearson Correlation	.260 **	.248 *	.245 *	.108	.348 **	.375 **	.163	.302 **	.328 **	.304 **	1	.368 **	.239 *	.310 **	.181	.244 *	.198 *	.221 *	.495 **
	Sig. (2-tailed)	.009	.013	.014	.286	.000	.000	.106	.002	.001	.002		.000	.017	.002	.071	.014	.048	.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q12	Pearson Correlation	.438 **	.506 **	.439 **	.398 **	.375 **	.484 **	.495 **	.466 **	.280 **	.348 **	.368 **	1	.422 **	.319 **	.200 *	.211 *	.489 **	.356 **	.654 **

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.046	.035	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q13	Pearson Correlation	.345**	.675**	.414**	.496**	.476**	.295**	.551**	.605**	.447**	.407**	.239*	.422**	1	.266**	.206*	.289**	.402**	.339**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.017	.000		.007	.040	.004	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q14	Pearson Correlation	.283**	.369**	.330**	.323**	.224*	.221*	.296**	.288**	.242*	.091	.310**	.319**	.266**	1	.537**	.379**	.362**	.484**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001	.001	.025	.027	.003	.004	.015	.369	.002	.001	.007		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q15	Pearson Correlation	.081	.175	.027	.182	.098	.200*	.021	.180	.159	.059	.181	.200*	.206*	.537**	1	.124	.302**	.564**	.386**
	Sig. (2-tailed)	.423	.082	.787	.071	.332	.047	.834	.074	.115	.559	.071	.046	.040	.000		.217	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q16	Pearson Correlation	.182	.346**	.464**	.377**	.579**	.452**	.289**	.336**	.555**	.407**	.244*	.211*	.289**	.379**	.124	1	.444**	.325**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.070	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.001	.000	.000	.014	.035	.004	.000	.217		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Q17	Pearson Correlation	.226*	.537**	.354**	.412**	.456**	.494**	.352**	.543**	.500**	.277**	.198*	.489**	.402**	.362**	.302**	.444**	1	.494**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.048	.000	.000	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Q18	Pearson Correlation	.198*	.316**	.265**	.288**	.266**	.371**	.308**	.395**	.253*	.143	.221*	.356**	.339**	.484**	.564**	.325**	.494**	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.049	.001	.008	.004	.008	.000	.002	.000	.011	.155	.027	.000	.001	.000	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.514**	.761**	.666**	.695**	.755**	.695**	.656**	.767**	.672**	.608**	.495**	.654**	.677**	.565**	.386**	.615**	.676**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																				
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																				