

**OPTIMALISASI *SERVICE QUALITY* MELALUI ELEMEN *TANGIBLES* DAN
PROFESIONALISME PELAYANAN PADA RESTORAN BAKMI JAWA
GUNUNGKIDUL**

Tugas Akhir Magang



Disusun Oleh:

Avin Farhan Hanawi - 22311440

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

**OPTIMALISASI *SERVICE QUALITY* MELALUI ELEMEN *TANGIBLES* DAN
PROFESIONALISME PELAYANAN PADA RESTORAN BAKMI JAWA
GUNUNGKIDUL**

Tugas Akhir Magang

Disusun dan diajukan untuk memenuhi ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di
Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas
Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Nama: Avin Farhan Hanawi

NIM: 22311440

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini menyatakan bahwa dalam tugas akhir magang 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 ketentuan yang berlaku.”

Yogyakarta, 20 Mei 2026



Handwritten signature of Avin Farhan Hanawi.

Avin Farhan Hanawi

22311440

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Optimalisasi *Service Quality* Melalui Elemen *Tangibles* dan
Profesionalisme Pelayan Pada Restoran Bakmi Jawa Gunungkidul

Diajukan Oleh:

Nama : Avin Farhan Hanawi

NIM : 22311440

Program Studi : Manajemen S1

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 21 Mei 2026

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing



Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**“OPTIMALISASI SERVICE QUALITY MELALUI ELEMEN TANGIBLES DAN
PROFESIONALISME PELAYANAN PADA RESTORAN BAKMI JAWA GUNUNGKIDUL.”**

Disusun oleh : Avin Farhan Hanawi

Nomor Mahasiswa : 22311440

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Rabu 01 Juli 2026

Pembimbing TA	: Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.
Penguji	: Raden Roro Ratna Roostika, S.E., MAC., Ph.D

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul melalui aspek *tangible* dan profesionalisme pelayan dalam meningkatkan *customer satisfaction*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada pihak karyawan serta konsumen Bakmi Jawa Gunungkidul. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen *tangible* seperti tampilan visual restoran, kebersihan, tata ruang, dan identitas visual restoran memiliki pengaruh terhadap kenyamanan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Selain itu, profesionalisme pelayan seperti keramahan, sikap pelayanan, dan penampilan kerja juga berperan dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi konsumen. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa kendala seperti tampilan restoran yang masih sederhana, ruang restoran yang terasa sempit ketika ramai, belum adanya SOP pelayanan tertulis, serta penggunaan seragam kerja yang belum konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi berupa pengembangan visual restoran bernuansa Jawa, penyamaan seragam kerja, peningkatan standar pelayanan, dan penguatan identitas restoran untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan *customer satisfaction* di Bakmi Jawa Gunungkidul.

Kata Kunci: *service quality*, *tangible*, profesionalisme pelayan, *customer satisfaction*.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Optimalisasi *Service Quality* Melalui Elemen *Tangibles* dan Profesionalisme Pelayan Pada Restoran Bakmi Jawa Gunungkidul” yang disusun sebagai syarat untuk memenuhi gelar sarjana strata-1 pada program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis memperoleh banyak pengalaman, pengetahuan, serta dukungan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kegiatan magang dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua, Bapak Mukhawi dan Ibu Mardiyah yang telah memberikan dukungan baik secara materi maupun non-materi, dan doa yang terus menerus tanpa henti.
3. Kakak saya, Vian Prastowo Aji yang juga selalu memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.
4. Bapak Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan dosen pembimbing yang selalu sabar, membimbing, dan membantu penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
5. Bapak Benyamin Sudarmadi selaku direktur utama dan Ibu Arie Indri selaku direktur keuangan PT. Kaesa Indah Sejahtera yang telah memberikan penulis kesempatan untuk menjalani magang di perusahaan ini dan mendapatkan banyak pengalaman berharga serta bimbingan selama pelaksanaan magang.
6. Teman-teman PT. Kaesa Indah Sejahtera dan Bakmi Jawa Gunungkidul yang selalu menemani, membantu, serta memberikan banyak wawasan selama pelaksanaan magang.

7. Teman-teman “Grup Sotot”, yaitu Ridwan Yunasawa dan Landungkarta Jusril yang senantiasa memberikan dukungan dan bantuan dari awal perkuliahan sampai proses penulisan tugas akhir.
8. Sahabat penulis, Muhammad Raihan dan Dicki Oktari Jaya yang selalu membantu dan memberikan dukungan serta masukan sepanjang proses penulisan tugas akhir ini.
9. Teman-teman Origami Restaurant yang selalu menemani penulis ketika jenuh dan membutuhkan tempat untuk melepas penat.
10. Teman-teman Zantara Family yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
11. Teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu telah memberikan bantuan dan dukungan selama masa perkuliahan maupun penyusunan tugas akhir.
12. Penulis Avin, terima kasih telah bertahan, belajar, dan berkembang dari awal perkuliahan, pelaksanaan magang, KKN, dan sampai pada titik terakhir penulisan tugas akhir ini dengan penuh kesabaran dan semangat.

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.1 Sejarah Berdirinya Bakmi Jawa Gunungkidul	1
1.1.2 Struktur Organisasi Restoran	2
1.1.3 Segmentasi Pasar Bakmi Jawa Gunungkidul	4
1.2 Latar Belakang Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Magang	8
1.5 Manfaat Magang	9
1.5.1 Mahasiswa	9
1.5.2 Universitas	9
1.5.3 Perusahaan	9
BAB II KAJIAN LITERATUR	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Service Quality dalam Industri F&B	10
2.1.2 Customer Loyalty	13
2.1.3 Visual Merchandising	14
2.1.4 Professionalism in Service Enhances Brand Image	16
2.2 Kerangka Kerja	17
BAB III METODOLOGI	19
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Unit Analisis	19
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	20
3.3.1 Data Premier	20
3.3.2 Data Sekunder	21
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	21

3.4 Teknik Analisis Data	23
3.4.1 Data Reduction (Reduksi Data)	23
3.4.2 Data Display (Penyajian Data).....	24
3.5 Triangulasi Data	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Data.....	26
4.1.1 Deskripsi Responden.....	26
4.1.2 Konteks Pengumpulan Data.....	27
4.1.3 Ringkasan Temuan Awal	28
4.2 Analisis Data	29
4.2.1 Pengkodean Data.....	29
4.2.2 Identifikasi Tema.....	32
4.2.3 Analisis Tematik.....	34
4.3 Pembahasan Hasil	36
4.3.1 Kontekstualisasi Temuan.....	36
4.3.2 Hubungan dengan Literatur.....	43
4.3.3 Implikasi Praktis	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1 Sejarah Berdirinya Bakmi Jawa Gunungkidul

Bakmi Jawa Gunungkidul merupakan usaha kuliner yang mengangkat konsep makanan tradisional khas Jawa, khususnya olahan bakmi khas daerah Gunungkidul, Yogyakarta. Restoran ini telah memiliki perjalanan usaha yang cukup panjang dalam industri kuliner Indonesia. Bakmi Jawa Gunungkidul pertama kali berdiri pada era tahun 1990-an dan sempat berkembang cukup pesat dengan memiliki lima cabang yang tersebar di wilayah Jabodetabek. Pada masa tersebut, Bakmi Jawa Gunungkidul dikenal sebagai salah satu restoran yang menyajikan cita rasa bakmi Jawa tradisional dengan konsep masakan rumahan khas Jawa yang autentik. Namun, perkembangan usaha Bakmi Jawa Gunungkidul mengalami hambatan ketika terjadi krisis ekonomi Indonesia pada tahun 1998.

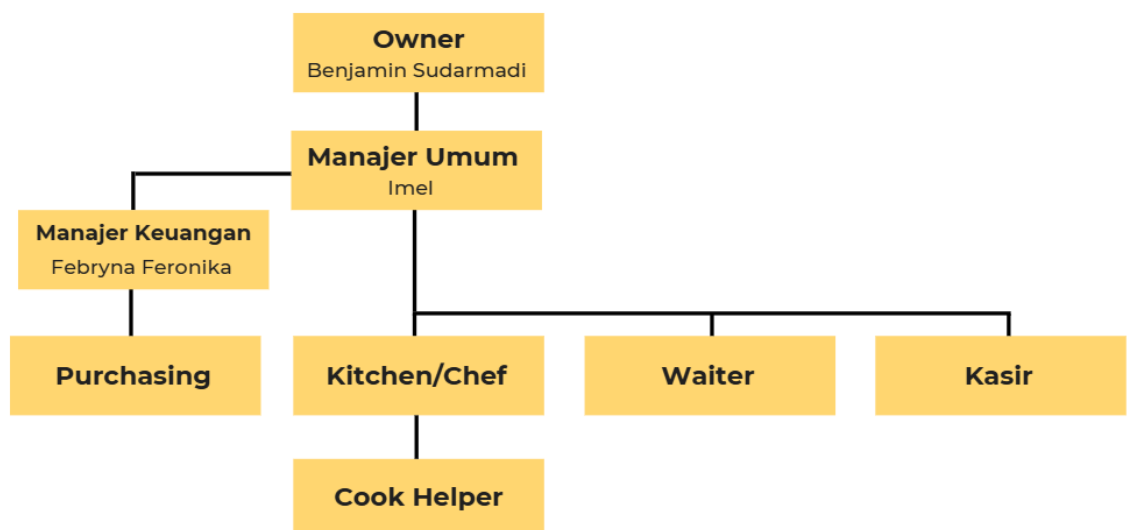
Kondisi ekonomi yang tidak stabil pada saat itu berdampak terhadap keberlangsungan usaha, sehingga seluruh operasional cabang Bakmi Jawa Gunungkidul terpaksa berhenti beroperasi. Setelah cukup lama tidak beroperasi, merek Bakmi Jawa Gunungkidul kemudian kembali dihidupkan sebagai bagian dari pengembangan usaha kuliner di bawah naungan PT Kaesa Indah Sejahtera.

Pada tahun 2023, Bakmi Jawa Gunungkidul kembali memulai operasional usahanya dengan membuka cabang pertama di kawasan BSD, Tangerang. Pembukaan kembali restoran ini menjadi langkah awal dalam mengembalikan eksistensi Bakmi Jawa Gunungkidul di tengah perkembangan industri kuliner yang semakin kompetitif. Dengan tetap mempertahankan konsep makanan khas Jawa, Bakmi Jawa Gunungkidul mencoba menghadirkan suasana makan yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan pengalaman restoran yang lebih modern dan nyaman bagi konsumen.

Seiring dengan perkembangan usaha yang cukup baik, Bakmi Jawa Gunungkidul mulai melakukan ekspansi cabang secara bertahap. Setahun setelah pembukaan cabang BSD, restoran ini membuka cabang kedua yang berlokasi di daerah Caman, Bekasi. Kemudian pada tahun 2025, Bakmi Jawa Gunungkidul kembali memperluas usahanya dengan membuka cabang ketiga di kawasan Tebet, Jakarta Selatan. Selain itu, pada tahun 2026 Bakmi Jawa Gunungkidul direncanakan akan membuka cabang baru di Yogyakarta sebagai bentuk pengembangan usaha sekaligus memperkuat identitas restoran yang berasal dari kuliner khas daerah Gunungkidul.

Bakmi Jawa Gunungkidul menawarkan berbagai pilihan menu makanan dan minuman khas Jawa yang menjadi daya tarik utama restoran. Beberapa menu yang tersedia antara lain bakmi goreng, bakmi godog, magelangan, nasi godog, serta berbagai minuman tradisional seperti wedang uwuh dan wedang jahe. Seluruh menu yang disajikan mengutamakan cita rasa khas Jawa dengan penggunaan bumbu tradisional yang menjadi ciri utama Bakmi Jawa Gunungkidul. Selain menghadirkan makanan tradisional, restoran ini juga berupaya memberikan pengalaman makan yang nyaman melalui suasana restoran dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

1.1.2 Struktur Organisasi Restoran



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Bakmi Jawa Gunungkidul

Struktur organisasi Bakmi Jawa Gunungkidul disusun untuk mendukung kegiatan operasional restoran agar dapat berjalan secara terarah dan terkoordinasi. Dalam pelaksanaannya, setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing yang saling berkaitan dalam mendukung pelayanan restoran kepada konsumen. Struktur organisasi ini juga menunjukkan adanya pembagian kerja yang bertujuan untuk mempermudah pengelolaan operasional restoran sehari-hari.

Pada posisi tertinggi terdapat *Owner* yang dijabat oleh Benjamin Sudarmadi. Owner memiliki tanggung jawab utama dalam pengambilan keputusan, pengawasan usaha, serta penentuan arah pengembangan Bakmi Jawa Gunungkidul. Selain itu, owner juga berperan dalam melakukan evaluasi terhadap kegiatan operasional restoran secara keseluruhan. Di bawah owner terdapat posisi Manajer Umum yang dijabat oleh Imel. Manajer umum bertugas mengelola kegiatan operasional restoran, mengawasi kinerja karyawan, serta memastikan seluruh bagian dapat bekerja sesuai dengan tugas masing-masing. Manajer umum juga menjadi penghubung antara owner dengan seluruh bagian operasional restoran.

Pada bagian keuangan terdapat posisi Manajer Keuangan yang dijabat oleh Febryna Feronika. Bagian ini bertanggung jawab untuk mengelola keuangan restoran, melakukan pencatatan transaksi, serta mengawasi pengeluaran dan pemasukan operasional restoran. Di bawah bagian keuangan terdapat bagian *Purchasing* yang bertugas melakukan pembelian bahan baku dan kebutuhan operasional restoran.

Selain itu, terdapat bagian *Kitchen/Chef* yang bertanggung jawab atas proses pengolahan makanan dan menjaga kualitas menu yang disajikan kepada konsumen. Dalam menjalankan tugasnya, bagian dapur dibantu oleh *Cook Helper* yang membantu proses persiapan bahan makanan dan kegiatan operasional dapur lainnya. Pada bagian pelayanan terdapat posisi *Waiter* yang bertugas melayani konsumen, menyajikan makanan, serta membantu menciptakan kenyamanan konsumen selama berada di restoran. Selain itu, terdapat bagian kasir yang

bertanggung jawab atas proses transaksi pembayaran serta pencatatan penjualan restoran.

Dengan adanya struktur organisasi tersebut, setiap bagian di Bakmi Jawa Gunungkidul dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya secara optimal sehingga kegiatan operasional restoran dapat berjalan dengan baik dan pelayanan kepada konsumen dapat dilakukan secara lebih efektif.

1.1.3 Segmentasi Pasar Bakmi Jawa Gunungkidul

Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki segmentasi pasar yang difokuskan pada konsumen dari kalangan menengah ke atas. Segmentasi tersebut ditentukan berdasarkan konsep restoran, kualitas produk, suasana restoran, serta harga menu yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan mengusung konsep kuliner khas Jawa yang dipadukan dengan suasana restoran yang nyaman, Bakmi Jawa Gunungkidul berupaya menghadirkan pengalaman makan yang tidak hanya berfokus pada rasa makanan, tetapi juga pada kenyamanan dan kualitas pelayanan yang diterima konsumen.

Dari sisi harga, Bakmi Jawa Gunungkidul menawarkan menu makanan dan minuman dengan kisaran harga mulai dari Rp30.000. Harga tersebut menempatkan restoran pada kategori usaha kuliner dengan target pasar konsumen yang memiliki daya beli menengah ke atas. Strategi penetapan harga ini disesuaikan dengan kualitas bahan makanan, konsep restoran, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama berada di restoran.

Selain itu, segmentasi pasar Bakmi Jawa Gunungkidul juga ditujukan kepada konsumen yang menyukai makanan tradisional khas Jawa dengan suasana restoran yang lebih modern dan nyaman. Konsumen yang menjadi target pasar restoran ini umumnya berasal dari kalangan pekerja, keluarga, maupun anak muda yang mencari tempat makan dengan konsep tradisional namun tetap memiliki fasilitas dan pelayanan yang baik. Melalui segmentasi pasar tersebut, Bakmi Jawa Gunungkidul berupaya membangun citra sebagai restoran kuliner khas Jawa yang

memiliki kualitas makanan dan pelayanan yang mampu memberikan pengalaman makan yang nyaman bagi konsumen.

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kuliner, khususnya sektor *food and beverage* (F&B), menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Restoran tidak lagi dipandang semata-mata sebagai tempat untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial, sarana rekreasi, serta media bagi konsumen untuk memperoleh pengalaman yang menyeluruh. Kondisi tersebut mendorong meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima, baik dari aspek fisik maupun dari interaksi pelayanan yang diberikan secara langsung oleh pihak restoran.

Dalam persaingan industri restoran yang semakin ketat, kualitas layanan atau *service quality* menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah usaha kuliner. Konsumen saat ini cenderung membandingkan pengalaman yang mereka peroleh di satu restoran dengan restoran lainnya, sehingga pelayanan yang kurang optimal berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan minat kunjungan ulang. Oleh karena itu, restoran dituntut untuk tidak hanya mengandalkan cita rasa makanan, tetapi juga mampu menghadirkan kualitas layanan yang konsisten dan sesuai dengan harapan konsumen.

Service quality dalam industri restoran mencakup berbagai aspek yang saling berkaitan, salah satunya adalah elemen *tangibles* atau bukti fisik layanan. Elemen ini meliputi kondisi lingkungan restoran, seperti desain interior, tata ruang, kebersihan, kenyamanan fasilitas, serta penampilan karyawan. Elemen *tangibles* berperan penting dalam membentuk kesan pertama konsumen ketika memasuki restoran. Kesan pertama dalam sektor restoran memengaruhi perilaku keputusan pelanggan dan memengaruhi bagaimana berbagai petunjuk layanan (mekanik, humanik, dan fungsional) membentuk persepsi konsumen terhadap layanan

restoran (Amelia & Garg, 2016). Dengan ini, lebih menggambarkan bahwa tampilan visual yang rapi, nyaman, dan sesuai dengan konsep restoran dapat menciptakan persepsi positif terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, bahkan sebelum konsumen merasakan produk utama yang ditawarkan.

Selain elemen fisik, profesionalisme pelayan juga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kualitas layanan restoran. Menurut Hanks & Line (2018), aspek sosial dari lingkungan restoran seperti perilaku dan penampilan pelanggan serta interaksi antara karyawan dan tamu berperan signifikan dalam membentuk keseluruhan pengalaman selama menyantap makanan. Hal ini menjelaskan bahwa pelayan merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan konsumen dan menjadi representasi utama dari layanan yang diberikan. Sikap, perilaku, cara berkomunikasi, serta penampilan pelayan akan sangat memengaruhi kenyamanan konsumen selama berada di restoran. Profesionalisme pelayan tidak hanya mencerminkan kemampuan teknis dalam melayani, tetapi juga menunjukkan keseriusan manajemen restoran dalam memberikan layanan yang berkualitas dan menghargai konsumen.

Dalam praktiknya, kualitas layanan yang baik seharusnya tercermin melalui keselarasan antara elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan. Visual restoran yang nyaman dan menarik perlu didukung oleh pelayanan yang ramah, sopan, dan profesional agar konsumen memperoleh pengalaman yang utuh. Ketidakseimbangan antara kedua aspek tersebut dapat menimbulkan ketidaksesuaian persepsi, misalnya restoran dengan konsep visual yang baik tetapi pelayanan yang kurang profesional, atau sebaliknya. Kondisi ini berpotensi menurunkan kepuasan konsumen dan memengaruhi citra restoran secara keseluruhan.

Bakmi Jawa Gunungkidul merupakan salah satu restoran yang mengusung konsep kuliner tradisional dengan cita rasa khas daerah. Dalam upaya mempertahankan eksistensi dan bersaing di tengah banyaknya pilihan restoran, kualitas layanan menjadi aspek yang sangat penting untuk diperhatikan. Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang, ditemukan bahwa Bakmi

Jawa Gunungkidul memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, namun masih terdapat beberapa aspek kualitas layanan yang belum dimaksimalkan secara optimal.

Dari sisi elemen *tangibles*, kondisi visual restoran masih menunjukkan adanya ruang untuk perbaikan. Beberapa bagian interior dan elemen fisik restoran dinilai belum sepenuhnya mencerminkan kenyamanan dan kerapian yang diharapkan oleh konsumen, khususnya dengan mempertimbangkan karakteristik target pasar yang dituju. Penataan ruang, pemilihan material, serta detail visual tertentu masih dapat ditingkatkan agar mampu menciptakan suasana makan yang lebih nyaman dan menyenangkan.

Selain itu, dari sisi profesionalisme pelayan, masih ditemukan praktik pelayanan yang belum sepenuhnya mencerminkan standar profesional. Penampilan pelayan, penggunaan atribut kerja, serta sikap dalam melayani konsumen menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dalam penerapan standar pelayanan. Kondisi tersebut berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima, terutama bagi konsumen yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kenyamanan dan pelayanan restoran.

Permasalahan pada aspek elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan ini menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut karena keduanya merupakan bagian inti dari *service quality* dalam industri restoran. Apabila tidak dikelola dengan baik, kekurangan pada kualitas layanan dapat berdampak pada tingkat kepuasan konsumen, menurunkan minat kunjungan ulang, serta melemahkan daya saing restoran di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

1.3 Rumusan Masalah

Bakmi Jawa Gunungkidul dalam industri *food and beverage* (F&B) dihadapkan pada tantangan dalam memberikan kualitas layanan yang tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga mampu membangun dan memperkuat *brand awareness*. Seiring dengan berkembangnya fungsi restoran sebagai ruang

sosial, konsumen tidak hanya menilai kualitas produk makanan, tetapi juga membentuk persepsi dan ingatan terhadap merek melalui kondisi fisik restoran serta profesionalisme pelayan. Dalam hal ini, Bakmi Jawa Gunungkidul menghadapi tantangan yang tidak hanya terletak pada cita rasa produk yang telah memiliki keunggulan, melainkan pada pengelolaan kualitas layanan, khususnya pada elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan. Kondisi visual restoran yang belum optimal serta penerapan standar pelayanan yang belum konsisten berpotensi melemahkan kesan awal dan pengalaman konsumen, dan tidak sesuai dengan target pasar yang dituju, sehingga akan berdampak pada rendahnya *customer satisfaction* yang terbentuk di benak konsumen.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, maka permasalahan yang akan dihadapi adalah:

1. Bagaimana *service quality* Bakmi Jawa Gunungkidul melalui elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan mempengaruhi *customer satisfaction*?

1.4 Tujuan Magang

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan magang ini adalah untuk menganalisis bagaimana *service quality* Bakmi Jawa Gunungkidul melalui elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan berperan dalam memengaruhi *customer satisfaction*. Secara spesifik, tujuan magang adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis peran elemen *tangibles* Bakmi Jawa Gunungkidul dalam membentuk kesan awal konsumen yang berkontribusi terhadap pembentukan *customer satisfaction*.
2. Menganalisis peran profesionalisme pelayan dalam menciptakan pengalaman layanan yang memengaruhi pembentukan *customer satisfaction*.

1.5 Manfaat Magang

1.5.1 Mahasiswa

1. Memberikan pengalaman kerja secara langsung di industri *food and beverage* (F&B).
2. Meningkatkan kemampuan analisis mahasiswa dalam mengidentifikasi permasalahan.
3. Mengembangkan keterampilan profesional mahasiswa, seperti kemampuan komunikasi, observasi, dan pemecahan masalah yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja.

1.5.2 Universitas

1. Menjadi sarana penerapan ilmu pengetahuan yang diperoleh mahasiswa selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lingkungan industri.
2. Memberikan hubungan kerja sama antara perguruan tinggi dan instansi industri sebagai mitra dalam pengembangan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

1.5.3 Perusahaan

1. Memberikan masukan dan rekomendasi yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas layanan.
2. Membantu perusahaan dalam memahami persepsi konsumen.
3. Menjadi dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi perbaikan.

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Service Quality dalam Industri F&B

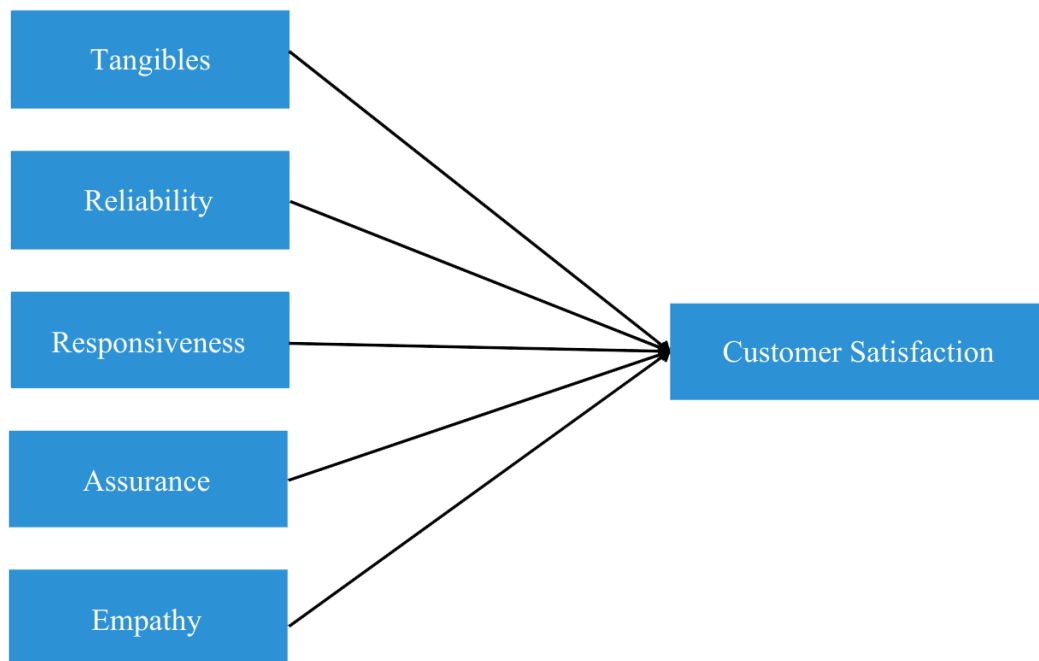
Service quality merupakan konsep fundamental dalam pemasaran jasa yang menggambarkan sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Dalam industri restoran, konsep ini menjadi semakin kompleks karena layanan diberikan secara langsung, bersifat simultan antara produksi dan konsumsi, serta sangat dipengaruhi oleh interaksi antara karyawan dan konsumen. Oleh karena itu, penilaian kualitas layanan restoran tidak hanya berfokus pada hasil akhir berupa makanan dan minuman, tetapi juga mencakup keseluruhan pengalaman konsumen selama berada di restoran.

Dalam konteks restoran, *service quality* dipersepsikan sebagai penilaian menyeluruh atas proses pelayanan yang mencakup sikap dan perilaku karyawan, kecepatan, dan ketepatan layanan, serta kondisi lingkungan fisik restoran. Uslu (2020) menjelaskan bahwa restoran tidak hanya berfungsi sebagai tempat pemenuhan kebutuhan makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang sosial dan rekreasi, sehingga konsumen memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan. Hal ini diperkuat oleh Boasiako dan Asante (2019) yang menyatakan bahwa persaingan yang semakin ketat dalam industri restoran menjadikan *service quality* sebagai strategi utama untuk menciptakan kepuasan dan mempertahankan pelanggan.

Konsep *service quality* merupakan peran yang sangat penting dalam industri jasa. Berbeda dengan produk berwujud, jasa memiliki karakteristik *intangibility* atau tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan antara produksi dan konsumsi, bervariasi, serta tidak dapat disimpan. Karakteristik tersebut menyebabkan kualitas layanan tidak dapat diukur secara objektif, melainkan sangat bergantung pada persepsi konsumen terhadap layanan yang mereka terima. Secara umum, *service*

quality dapat dipahami sebagai tingkat keunggulan suatu layanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas layanan dinilai melalui perbandingan antara harapan konsumen sebelum menerima layanan dengan persepsi konsumen setelah merasakan layanan tersebut. Apabila layanan yang diterima sesuai atau melampaui harapan, maka kualitas layanan akan dipersepsikan sebagai baik, sedangkan layanan yang berada di bawah harapan akan dipersepsikan sebagai layanan yang rendah.

Pengukuran *service quality* dalam industri jasa umumnya menggunakan model SERQUAL yang terdiri dari lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual

1. *Tangibles*

Dimensi *tangibles* berkaitan dengan bukti fisik layanan seperti kebersihan restoran, desain interior, kelengkapan fasilitas, serta penampilan karyawan yang menciptakan kesan awal bagi pelanggan.

Hal ini juga dipertegas oleh Putta (2023) yang menegaskan bahwa aspek fisik restoran memiliki pengaruh besar terhadap persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

2. *Reliability*

Dimensi *reliability* mengacu pada kemampuan restoran dalam memberikan layanan secara akurat dan konsisten sesuai dengan yang dijanjikan, seperti ketepatan pesanan dan keandalan proses pelayanan.

3. *Responsiveness*

Dimensi ini berkaitan dengan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan serta merespons permintaan atau keluhan. Puspita dan Jihadi (2023) menjelaskan bahwa daya tanggap yang baik dari karyawan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena konsumen merasa diperhatikan dan dilayani dengan cepat.

4. *Assurance*

Dimensi *assurance* mencerminkan pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan selama proses pelayanan. Boasiako dan Asante (2019) menemukan bahwa *assurance* merupakan salah satu dimensi yang berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan restoran, karena rasa percaya terhadap layanan menjadi dasar hubungan jangka panjang antara restoran dan konsumen.

5. *Empathy*

Dimensi *empati* menggambarkan perhatian personal dan kepedulian restoran terhadap kebutuhan individu pelanggan. Menurut Boasiako dan Asante (2019), empati karyawan dalam memahami dan melayani pelanggan secara personal dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas.

Hubungan antara *service quality* dan *customer satisfaction* juga diperluas oleh temuan Uslu (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan restoran tidak hanya berdampak pada kepuasan, tetapi juga memengaruhi niat perilaku konsumen, seperti keinginan untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi positif.

Oleh karena itu, *service quality* dalam penelitian ini diposisikan sebagai landasan teoretis yang menjelaskan peran lima dimensi utama kualitas layanan restoran dalam membentuk *customer satisfaction* sebagai output utama penelitian.

2.1.2 Customer Loyalty

Customer loyalty merupakan konsep penting dalam pemasaran yang menggambarkan komitmen pelanggan untuk mempertahankan hubungan jangka panjang dengan suatu *brand* atau perusahaan. Loyalitas tidak hanya ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang, tetapi juga tercermin dari sikap positif pelanggan, seperti kesediaan merekomendasikan *brand* kepada pihak lain serta kecenderungan untuk tidak berpindah ke pesaing meskipun tersedia banyak alternatif di pasar.

Customer loyalty dipahami sebagai konstruk yang bersifat multidimensional. Saadat et al., (2018) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan tidak dapat dipandang secara sederhana sebagai perilaku pembelian ulang semata, melainkan sebagai kombinasi antara dimensi perilaku dan dimensi sikap. Dimensi perilaku tercermin dari tindakan nyata pelanggan seperti frekuensi kunjungan ulang dan keberlanjutan penggunaan produk atau jasa, sedangkan dimensi sikap berkaitan dengan komitmen psikologis, kepercayaan, dan keterikatan emosional terhadap merek. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan mencerminkan hubungan jangka panjang yang lebih dalam antara pelanggan dan perusahaan.

Dalam banyak penelitian, *customer loyalty* sering dikaitkan dengan *customer satisfaction*. Namun, kepuasan pelanggan tidak selalu menjamin terbentuknya loyalitas. Ganiyu et al (2012) menegaskan bahwa kepuasan bersifat pasif, sedangkan loyalitas merupakan hubungan yang aktif dan berkelanjutan. Pelanggan yang merasa puas masih berpotensi berpindah ke pesaing apabila tidak terdapat ikatan emosional, nilai tambah, atau hambatan perpindahan yang cukup kuat. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas membutuhkan faktor pendukung lain selain kepuasan semata.

Selain kepuasan, kualitas layanan juga berperan penting dalam membentuk *customer loyalty*. Hapsari et al. (2016) menyatakan bahwa *service quality* memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan, memperkuat citra merek, serta mendorong keterlibatan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada pembentukan loyalitas jangka panjang.

Customer loyalty juga memiliki implikasi strategis bagi perusahaan karena pelanggan yang loyal cenderung memiliki nilai jangka panjang yang lebih tinggi. Pelanggan loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga berperan sebagai agen promosi melalui rekomendasi positif dan *word of mouth*. Dalam konteks industri restoran yang memiliki tingkat persaingan tinggi, loyalitas pelanggan menjadi indikator penting keberhasilan strategi pemasaran dan pengelolaan pengalaman konsumen.

Dengan demikian, *customer loyalty* dalam penelitian ini diposisikan sebagai hasil akhir dari pengalaman pelanggan yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kepuasan yang dirasakan. Loyalitas pelanggan menjadi tujuan strategis yang mendukung keberlanjutan usaha serta memperkuat posisi merek di tengah persaingan industri kuliner.

2.1.3 Visual Merchandising

Visual merchandising merupakan strategi pemasaran visual yang berfokus pada penataan dan pengelolaan elemen fisik suatu ruang usaha untuk menciptakan daya tarik serta pengalaman yang positif bagi konsumen. *Visual merchandising* berfungsi sebagai media komunikasi non-verbal yang menyampaikan citra, kualitas, dan nilai *brand* melalui tampilan lingkungan fisik, seperti tata letak ruang, pencahayaan, warna, dekorasi, serta penataan produk atau area layanan. Melalui *visual merchandising*, konsumen dapat membentuk persepsi awal terhadap suatu *brand* bahkan sebelum berinteraksi secara langsung dengan produk atau layanan yang ditawarkan.

Cant dan Wiid (2011) menjelaskan bahwa *visual merchandising* sering disebut sebagai *silent salesperson* karena kemampuannya dalam menarik perhatian konsumen, mengarahkan pergerakan di dalam ruang, serta meningkatkan ketertarikan untuk mengeksplorasi produk atau layanan. *Visual merchandising* yang dirancang dengan baik mampu menciptakan pengalaman berbelanja atau berkunjung yang lebih nyaman, sehingga mendorong konsumen untuk menghabiskan waktu lebih lama di dalam ruang usaha dan membangun kesan positif terhadap *brand*.

Lingkungan visual juga terbukti memiliki pengaruh terhadap respons emosional dan perilaku konsumen. Maymand dan Ahmadinejad (2011) menyatakan bahwa stimulasi lingkungan toko, termasuk tampilan visual dan atmosfer ruang, dapat memengaruhi emosi konsumen serta perilaku mereka selama berada di dalam toko atau restoran. Elemen-elemen seperti pencahayaan, warna, dan tata ruang mampu menciptakan rasa nyaman, ketertarikan, dan kesenangan yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian maupun niat berkunjung kembali.

Fatmawati dan Zaini (2023) juga menjelaskan bahwa *visual merchandising* yang menarik dapat menciptakan daya tarik emosional bagi konsumen serta meningkatkan minat untuk berinteraksi lebih jauh dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Tampilan visual yang rapi, menarik, dan konsisten mampu membangun persepsi kualitas serta mendorong konsumen untuk melakukan kunjungan ulang. Dalam industri F&B, kondisi *visual* restoran yang nyaman dan profesional juga berkontribusi dalam menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan.

Sebagai elemen strategis dalam pengelolaan restoran, *visual merchandising* berperan dalam membentuk persepsi awal dan pengalaman aktual konsumen selama berada di dalam ruang makan. Penataan *visual* yang selaras dengan konsep dan identitas restoran memungkinkan konsumen untuk menangkap pesan *brand* secara intuitif melalui suasana, kenyamanan, dan kesan profesional yang ditampilkan. Dalam konteks penelitian ini, *visual merchandising* dipandang sebagai sarana yang dapat menjembatani nilai *brand* dengan pengalaman konsumen secara langsung, sehingga menjadi faktor penting dalam mendukung daya tarik restoran

serta memperkuat hubungan jangka panjang antara konsumen dan *brand* Bakmi Jawa Gunungkidul.

2.1.4 Professionalism in Service Enhances Brand Image

Professionalism dalam pelayanan merujuk pada sikap, perilaku, serta kompetensi karyawan dalam menjalankan perannya secara konsisten sesuai dengan standar dan nilai yang ditetapkan oleh organisasi. Dalam bidang jasa, khususnya industri restoran, profesionalisme karyawan tercermin melalui kemampuan komunikasi, bersikap, pengetahuan terhadap produk, serta kesesuaian perilaku dengan citra merek yang ingin ditampilkan. Pelayanan yang profesional menjadi elemen penting karena interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan berfungsi sebagai representasi nyata dari *brand*.

Baker et al. (2014) menjelaskan bahwa karyawan merupakan layanan garis depan atau *frontline service employee's* yang berperan sebagai *living brand*, karena setiap interaksi yang mereka lakukan akan memengaruhi cara konsumen memersepsikan *brand* secara keseluruhan. Profesionalisme karyawan dalam menyampaikan layanan yang konsisten dengan janji *brand* dapat memperkuat *brand image*, terutama pada industri jasa yang tingkat kontak langsung dengan konsumen sangat tinggi. Ketidaksesuaian antara perilaku karyawan dan citra *brand* justru berpotensi melemahkan persepsi *brand* di mata pelanggan.

Selain itu, profesionalisme pelayanan juga berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menjaga konsistensi kualitas layanan. Konsistensi pelayanan menjadi penting karena konsumen cenderung memiliki ekspektasi tertentu terhadap layanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi konsumen secara konsisten, maka konsumen akan lebih mudah membentuk kepercayaan terhadap restoran. Dalam konteks restoran, konsistensi tersebut dapat terlihat melalui keramahan pelayan, kecepatan pelayanan, penampilan kerja, kemampuan komunikasi, serta kesiapan karyawan dalam membantu kebutuhan konsumen.

Profesionalisme pelayanan juga berhubungan dengan pembentukan pengalaman konsumen atau *customer experience*. Pengalaman positif yang diperoleh konsumen melalui pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap restoran. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, tidak konsisten, atau kurang profesional dapat memengaruhi kenyamanan konsumen selama berada di restoran. Oleh karena itu, profesionalisme pelayanan menjadi bagian penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara restoran dan konsumen.

Berbeda dengan variabel lain yang berfokus pada persepsi konsumen, profesionalisme pelayanan dalam penelitian ini dipandang sebagai mekanisme internal yang secara tidak langsung membentuk citra *brand* melalui perilaku karyawan. Konsistensi sikap profesional dalam pelayanan memungkinkan *brand image* terbentuk secara alami melalui pengalaman nyata pelanggan, sehingga memperkuat persepsi *brand* tanpa harus bergantung sepenuhnya pada komunikasi promosi eksternal.

Dengan ini, profesionalisme pelayanan dipandang sebagai salah satu elemen penting dalam mendukung *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Profesionalisme pelayan tidak hanya berfungsi untuk melayani konsumen, tetapi juga menjadi sarana dalam membentuk persepsi dan citra restoran di mata konsumen. Melalui pelayanan yang profesional, konsumen dapat memperoleh pengalaman makan yang lebih nyaman dan positif, sehingga mampu mendukung terciptanya *customer satisfaction* serta memperkuat hubungan antara konsumen dengan restoran.

2.2 Kerangka Kerja

Kerangka kerja penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana teori *brand reinforcement*, *service quality*, *visual merchandising*, dan *professionalism service* dapat menciptakan strategi *brand reinforcement* yang efektif dan menarik kunjungan konsumen, serta meningkatkan loyalitas konsumen. Kerangka kerja ini

nantinya akan membantu dalam menganalisis dan memecahkan masalah yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, serta melalui hasil observasi dan wawancara sebagai bagian dari pendekatan kualitatif studi kasus.

Kerangka kerja konseptual dapat divisualisasikan sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data:

- Data hasil wawancara dengan 3 karyawan dan 3 konsumen.
- Data observasi langsung di restoran Bakmi Jawa Gunungkidul selama masa magang.
- Dokumentasi pendukung seperti foto *visual* restoran.

2. Analisis Data:

- Analisis tematik terhadap transkrip wawancara dengan metode coding.
- Triangulasi hasil wawancara, observasi, dan dokumen pendukung untuk validasi data.

3. Implementasi Strategi:

- Optimalisasi elemen visual restoran.
- Menjelaskan pentingnya profesionalisme pelayan sebagai *frontline brand*.

4. Evaluasi dan Rekomendasi:

- Memberikan gambaran terkait optimalisasi elemen visual restoran.
- Menyusun strategi pemasaran melalui pelayan terkait profesionalisme mereka sebagai *frontline brand*.

BAB III

METODOLOGI

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan untuk mengetahui hasil kegiatan magang ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena didasarkan pada kebutuhan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait kondisi *service quality* yang diterapkan di restoran Bakmi Jawa Gunungkidul, khususnya pada aspek elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan, serta bagaimana kedua aspek tersebut dipersepsikan oleh konsumen. Metode kualitatif memberikan ruang bagi peneliti untuk mengumpulkan data yang kaya dan beragam, melalui teknik seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen (Nurrisa, Hermina, & Norlaila, 2025). Pendekatan ini memungkinkan untuk menggali secara lebih komprehensif berdasarkan situasi nyata yang terjadi di lapangan.

Dalam penelitian ini, metode studi kasus digunakan untuk memfokuskan penelitian pada permasalahan yang terjadi di Bakmi Jawa Gunungkidul, terutama berfokus pada elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan di mana terdapat kurangnya optimalisasi pada dua fokus utama tersebut. Menurut Yin, studi kasus adalah penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, terutama saat batas antara fenomena dan konteks tidak jelas (Yin, 2018). Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Hasil penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai gambaran kondisi layanan yang ada, tetapi juga sebagai dasar dalam merumuskan rekomendasi perbaikan yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas layanan restoran.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah karyawan dan konsumen dari Bakmi Jawa Gunungkidul. Pemilihan unit analisis ini didasarkan pada relevansi langsung dengan topik penelitian, karena karyawan merupakan individu yang selalu berada di restoran dan sekaligus memiliki tanggung jawab. Sedangkan untuk konsumen merupakan pihak yang memberikan respons terhadap elemen-elemen *service quality*.

Individu karyawan di sini dipilih karena selain memiliki tanggung jawab, juga merupakan *frontline brand*. Di mana melalui karyawan ini visi dan misi dari *brand* atau Bakmi Jawa Gunungkidul dapat tersampaikan dengan baik kepada konsumen. Sementara itu, konsumen dipilih karena mereka adalah individu yang memiliki pengalaman atau yang langsung berinteraksi dengan pelayan atau karyawan. Selain itu, konsumen juga merupakan individu yang merasakan atau dapat memberikan perspektif objektif terkait elemen-elemen *service quality* yang ada di restoran, sehingga mereka merupakan individu yang lebih tahu berdampak atau tidaknya elemen tersebut di dalam *restoran* dan profesionalisme dari pelayan terhadap keputusan pembelian dari konsumen.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Data Premier

Data primer dalam laporan magang ini diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui kegiatan wawancara dan observasi selama pelaksanaan magang di restoran Bakmi Jawa Gunungkidul. Data primer digunakan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai kondisi *service quality*, khususnya yang berkaitan dengan elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan. Melalui data primer, dapat memahami secara langsung bagaimana praktik pelayanan diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari serta bagaimana layanan tersebut dipersepsikan oleh konsumen.

Menurut Jamshed (2014), wawancara adalah salah satu metode utama pengumpulan data di mana peneliti mewawancarai informan untuk mendapatkan

informasi yang mendalam. Wawancara dilakukan dengan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam operasional restoran, seperti pengelola dan pelayan, untuk memperoleh informasi mengenai standar pelayanan, penerapan *service quality*, serta kendala yang dihadapi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Hasanah, H. (2017) menyatakan bahwa observasi merupakan salah satu kegiatan yang bersifat empiris, faktual, dan didasarkan pada teks yang sebenarnya. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kondisi fisik restoran, alur pelayanan, serta interaksi antara pelayan dan konsumen. Observasi ini memungkinkan untuk mencatat fenomena layanan yang terjadi secara nyata di lapangan, sehingga dapat menggambarkan kondisi *service quality* Bakmi Jawa Gunungkidul.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder akan diperoleh dari dokumen internal seperti laporan bulanan Bakmi Jawa Gunungkidul, foto atau video promosi, dan SOP dari perusahaan yang berkaitan dengan pelayanan dan pengelolaan restoran. Dokumen-dokumen internal tersebut digunakan untuk memahami kebijakan perusahaan, standar pelayanan yang diterapkan, serta kondisi operasional restoran yang secara umum. Selain itu data sekunder juga akan diperoleh dari literatur akademik yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan buku referensi yang membahas *service quality*, persepsi konsumen, serta pelayanan dalam industri restoran.

3.3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah serangkaian kegiatan yang saling terkait yang bertujuan mengumpulkan informasi yang baik untuk menjawab pertanyaan penelitian yang muncul (Yin, 2018).

3.3.3.1 Observasi

Menurut Alshenqeeti (2014), observasi dalam penelitian kualitatif menyediakan data tentang perilaku manusia dan interaksi sosial yang mungkin tidak dapat diakses melalui metode lain. Dalam laporan magang ini observasi dilakukan secara langsung di Restoran Bakmi Jawa Gunungkidul untuk memperoleh gambaran nyata mengenai penerapan *service quality* dalam kegiatan operasional sehari-hari, seperti mengamati kondisi tata ruang, kebersihan, dan kenyamanan fasilitas. Hasil observasi tersebut nantinya akan dicatat dan digunakan sebagai data pendukung.

3.3.3.2 Wawancara

Purti & Murhayati (2025), menjelaskan bahwa wawancara merupakan salah satu teknik utama dalam pengumpulan data kualitatif, yang pemilihannya difokuskan pada penelitian, kondisi lapangan, dan hubungan antara peneliti dengan subjek penelitian. Wawancara dalam laporan magang ini dilakukan secara langsung dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan operasional Bakmi Jawa Gunungkidul, seperti manajer, karyawan, dan konsumen restoran yang terlibat dalam proses operasional restoran. Wawancara terhadap pihak internal bertujuan untuk menggali informasi terkait penerapan *service quality*, kendala yang dihadapi, serta rencana apa yang akan diterapkan untuk peningkatan kualitas pelayanan. Sementara itu, wawancara dengan konsumen dilakukan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap elemen *tangibles*, profesionalisme pelayan, serta pengalaman layanan yang diterima selama berkunjung.

Tabel 3.1 Daftar Pertanyaan Untuk Karyawan

No	Pertanyaan Untuk Karyawan
1	Bagaimana Bpk/Ibu memaknai brand Bakmi Jawa Gunungkidul di mata konsumen?
2	Menurut Bpk/Ibu, apa yang membedakan restoran ini dengan restoran bakmi lain?

3	Bagaimana menurut Bpk/Ibu terkait tampilan interior, pencahayaan, dan kebersihan restoran saat ini?
4	Apakah restoran memiliki SOP terkait penampilan, sikap, dan cara melayani pelanggan?
5	Apakah perusahaan pernah memberikan pelatihan tentang komunikasi dan etika pelayanan?

Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Untuk Konsumen

No	Pertanyaan Untuk Konsumen
1	Bagaimana Bpk/Ibu pertama kali mengetahui tentang restoran Bakmi Jawa ini?
2	Apa kesan pertama Bpk/Ibu saat memasuki restoran ini? (dari sisi tampilan, suasana, dan kebersihan)
3	Menurut Bpk/Ibu, apakah desain interior dan tata ruang restoran sudah nyaman dan menarik?
4	Bagaimana Bpk/Ibu menilai keramahan dan sikap para pelayan di restoran ini?
5	Menurut Bpk/Ibu, apakah cara berpakaian pelayan sudah mencerminkan profesionalisme?
6	Apa alasan Bpk/Ibu kembali ke restoran ini? (Jika kedua kalinya atau lebih)

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Data Reduction (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan tahap awal dalam proses analisis yang dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi lapangan. Dalam laporan ini, dilakukan seleksi informasi yang relevan dengan tema utama terkait *service quality*, terutama dalam elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan.

Data yang tidak berkaitan langsung dengan tema utama tersebut tidak akan digunakan dalam proses analisis lebih lanjut. Reduksi data dilakukan secara sistematis untuk mempermudah identifikasi permasalahan utama yang berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan citra restoran Bakmi Jawa Gunungkidul.

3.4.2 Data Display (Penyajian Data)

Setelah melalui proses reduksi, data kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif yang sistematis agar mudah dipahami dan dianalisis. Penyajian data dilakukan dengan mengelompokkan temuan berdasarkan dua aspek utama, yaitu elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan sebagai bagian dari dimensi *service quality*. Pada tahap ini, hasil wawancara dengan pihak manajemen, karyawan, dan konsumen dipadukan dengan hasil observasi langsung di lapangan. Penyajian data bertujuan untuk memperlihatkan hubungan antara kondisi aktual pelayanan dengan persepsi konsumen terhadap *service quality* dan dampaknya terhadap restoran. Dengan adanya penyajian yang terstruktur, dapat dilihat pola, kecenderungan, serta kesenjangan yang terjadi dalam praktik pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul.

3.4.3 Conclusion Drawing (Penarikan Kesimpulan)

Tahap terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, diinterpretasikan seluruh temuan yang telah disajikan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Kesimpulan ditarik berdasarkan konsistensi data hasil wawancara dan observasi, serta dikaitkan dengan konsep teoritis yang digunakan.

3.5 Triangulasi Data

Dalam penelitian ini, triangulasi data digunakan sebagai teknik untuk meningkatkan keabsahan dan kredibilitas data penelitian. Triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber maupun

teknik pengumpulan data sehingga informasi yang dihasilkan dapat lebih valid dan sesuai dengan kondisi di lapangan. Menurut Nurfajriani et al. (2024), triangulasi data merupakan teknik dalam penelitian kualitatif yang digunakan untuk memeriksa validitas data melalui pemanfaatan berbagai sumber data, metode, maupun perspektif yang berbeda. Oleh karena itu triangulasi dilakukan agar data yang diperoleh tidak hanya bergantung pada satu sumber informasi saja, melainkan diperkuat dengan adanya perbandingan data dari berbagai pihak yang terlibat dalam penelitian.

Pada penelitian ini, triangulasi dilakukan melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara antara responden internal dan responden eksternal. Responden internal terdiri dari pihak karyawan Bakmi Jawa Gunungkidul, sedangkan responden eksternal berasal dari konsumen restoran. Perbandingan tersebut dilakukan untuk melihat kesesuaian pandangan mengenai kondisi elemen *tangible*, profesionalisme pelayan, kualitas pelayanan, serta pengalaman konsumen selama menerima pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul.

Selain triangulasi sumber, penelitian ini juga menggunakan triangulasi teknik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap kondisi restoran, aktivitas pelayanan, serta suasana lingkungan restoran selama penelitian berlangsung. Wawancara dilakukan kepada pihak karyawan dan konsumen untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Sementara itu, dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, catatan lapangan, serta data lain yang berkaitan dengan kondisi restoran dan proses pelayanan. Penggunaan triangulasi data dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang baik dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data, dapat diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Responden

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan wawancara yang dilakukan dengan enam responden yang terdiri dari tiga karyawan dan tiga konsumen Bakmi Jawa Gunungkidul. Pemilihan responden dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam aktivitas operasional restoran serta pengalaman sebagai pelanggan. Wawancara dilaksanakan secara langsung di lokasi magang dengan menggunakan pedoman wawancara semi terstruktur guna memastikan data yang diperoleh tetap terarah, namun tetap memberikan ruang eksplorasi informasi yang relevan dengan fokus yang telah ditentukan di awal.

Tabel 4.1 Deskripsi Responden

Nama	Umur	Posisi/Jabatan
Febryna Feronika	34 Tahun	Manajer
Zinka Aulia Raenissa	23 Tahun	Karyawan
Qanitah Qalby Suidayani	30 Tahun	Karyawan
Darto	44 Tahun	Konsumen
Ardiansyah	21 Tahun	Konsumen
Rico Daniel	32 Tahun	Konsumen

Responden karyawan dipilih untuk memberikan gambaran mengenai kondisi internal restoran, khususnya terkait pelaksanaan pelayanan dan implementasi konsep visual yang diterapkan. Sementara itu, responden konsumen dipilih untuk memperoleh perspektif eksternal mengenai persepsi terhadap tampilan restoran dan pengalaman selama berkunjung. Seluruh data yang diperoleh dari proses

wawancara kemudian didokumentasikan dan disusun secara sistematis sebagai dasar dalam tahap analisis selanjutnya.

Setelah memahami karakteristik responden, penting untuk menjelaskan media penelitian yang berfokus pada analisis *service quality* pada restoran Bakmi Jawa Gunungkidul yang bergerak di F&B. Restoran ini menyajikan produk kuliner tradisional dengan konsep khas daerah yang menekankan pada pengalaman konsumen secara menyeluruh, tidak hanya dari segi citra rasa, tetapi juga dari aspek pelayanan dan lingkungan fisik restoran. Dalam operasionalnya, Bakmi Jawa Gunungkidul melibatkan berbagai aktivitas layanan yang saling terintegrasi, mulai dari penyajian produk, interaksi antara pelayan dan konsumen, hingga kondisi lingkungan fisik yang membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas layanan.

Melalui proses pengumpulan data yang dilakukan, penelitian ini berupaya menggambarkan bagaimana elemen *tangibles* dan profesionalisme pelayan berperan dalam menciptakan pengalaman layanan yang dirasakan oleh konsumen. Analisis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai keterkaitan antara kualitas layanan yang diterapkan dengan persepsi konsumen, serta dampaknya terhadap pembentukan kepuasan pelanggan. Dengan ini, hasil penelitian nantinya dapat menjadi dasar dalam mengevaluasi serta mengembangkan strategi peningkatan kualitas layanan di Bakmi Jawa Gunungkidul secara lebih optimal.

4.1.2 Konteks Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di Bakmi Jawa Gunungkidul yang merupakan anak usaha dari PT. Kaesa Indah Sejahtera, dan berfokus pada penyajian makanan khas Jawa. Restoran ini tidak hanya menawarkan produk makanan, tetapi juga mengedepankan *service quality* kepada konsumen sebagai bagian dari pengalaman makan secara keseluruhan. Oleh karena itu, aspek *service quality* menjadi hal yang penting untuk diamati dalam penelitian ini.

Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki aktivitas operasional yang melibatkan interaksi langsung antara karyawan dan konsumen, mulai dari proses pemesanan,

penyajian makanan, hingga pelayanan selama konsumen berada di lokasi. Dalam menjalankan usahanya, restoran ini juga menerapkan standar operasional tertentu guna menjaga konsistensi kualitas layanan. Kondisi tersebut menjadikan lingkungan restoran sebagai konteks yang relevan untuk mengkaji bagaimana *service quality* diterapkan, khususnya dalam aspek *tangible* dan profesionalisme pelayan dalam melayani konsumen.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara langsung di lokasi magang, observasi, dan wawancara. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi nyata operasional restoran serta interaksi yang terjadi, sedangkan wawancara dilakukan dengan karyawan dan konsumen untuk memperoleh perspektif yang lebih mendalam terkait pengalaman pelayanan. Dengan demikian, konteks pengumpulan data ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul secara nyata di lapangan.

4.1.3 Ringkasan Temuan Awal

Berdasarkan hasil pengumpulan data awal yang dilakukan melalui observasi dan wawancara di Bakmi Jawa Gunungkidul, diperoleh gambaran umum mengenai kondisi kualitas pelayanan yang diterapkan dalam kegiatan operasional restoran. Secara umum, restoran telah berupaya memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, baik dari segi penyajian produk maupun interaksi antara karyawan dan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha telah memiliki kesadaran akan pentingnya kualitas pelayanan dalam mendukung keberlangsungan bisnis.

Namun demikian, dari hasil pengamatan awal ditemukan bahwa pelaksanaan pelayanan belum sepenuhnya berjalan secara konsisten. Masih terdapat beberapa perbedaan dalam cara pelayanan yang diberikan oleh masing-masing karyawan, baik dalam hal kecepatan, ketepatan, maupun cara berkomunikasi dengan konsumen. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara standar pelayanan yang diharapkan dengan praktik yang terjadi di lapangan.

Pada aspek *tangible*, temuan awal menunjukkan bahwa fasilitas dan lingkungan restoran pada dasarnya sudah cukup memadai untuk mendukung kenyamanan konsumen. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa hal yang perlu ditingkatkan, seperti penataan ruang dan visual yang mencerminkan identitas usaha. Sementara itu, pada aspek profesionalisme pelayan, ditemukan bahwa karyawan telah mampu menjalankan tugas pelayanan dasar, namun masih perlu peningkatan dalam hal sikap pelayanan, komunikasi, serta respons terhadap kebutuhan konsumen.

Berdasarkan temuan awal tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul masih memiliki ruang untuk dikembangkan, khususnya pada aspek *tangible* dan profesionalisme pelayan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis lebih mendalam kedua aspek tersebut guna menemukan strategi yang tepat dalam meningkatkan *service quality*.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Pengkodean Data

Berdasarkan hasil wawancara terhadap enam narasumber, diperoleh sejumlah isu yang berulang dan relevan dengan fokus penelitian, khususnya terkait elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan sebagai bagian dari *service quality*. Dari data wawancara, sebagian besar narasumber konsumen menyoroti aspek visual restoran, kenyamanan ruangan, serta tampilan pelayan yang dinilai berpengaruh terhadap persepsi mereka terhadap restoran. Di sisi lain, narasumber karyawan banyak memberikan informasi mengenai praktik pelayanan, standar penampilan, serta tanggapan terhadap kritik dan saran dari konsumen. Temuan-temuan awal tersebut kemudian menjadi dasar dalam proses pengkodean data

Proses pengkodean dilakukan dengan mengidentifikasi pernyataan-pernyataan kunci dari hasil wawancara, lalu mengelompokkannya ke dalam kategori berdasarkan kesamaan makna. Tahapan ini bertujuan untuk memudahkan

peneliti melihat pola temuan yang muncul, sekaligus menjadi dasar untuk proses kategorisasi tema dan analisis pada sub bab berikutnya.

Tabel 4.2 Hasil Pengkodean Data Wawancara

Kode	Kategori	Pernyataan Responden Internal	Pernyataan Responden Eksternal
Kesan ruang sempit	Tangible	“Kalau lagi rame emang agak sempit sih buat lewat-lewat.” (Zinka)	“Jujur pertama kali masuk tuh saya ngerasa tempatnya sempit, sama keramiknya desainnya gak enak dilihat.” (Ryan)
Visual restoran belum sesuai target pasar	Tangible	“Kalau buat target menengah ke atas mungkin masih kurang sih tampilannya.” (Qonita)	“Harusnya tampilannya lebih modern dikit, sekarang masih kayak warung bakmi khas aja.” (Ryan)
Tampilan kurang menarik namun produk kuat	Tangible	“Menurut aku tampilan restorannya masih bisa dibuat kaya lebih menarik lagi.” (Febry)	“Tampilannya nggak jelek, cuma kurang menarik, tapi makanannya enak.” (Rico)
Kebersihan cukup baik	Tangible	“Kalau kebersihan sih kita selalu jaga tiap hari.” (Zinka)	“Kalau kebersihan ya cukup bersih sih.” (Rico)

Loyalitas karena rasa	Persepsi Konsumen	“Banyak yang balik lagi karena memang suka rasa makanannya.” (Febry)	“Alasan saya balik kesini lagi tuh simpel, enak rasanya.” (Darto)
Pelayanan dinilai ramah	Profesionalisme Pelayan	“Kita ya selalu usahain ramah sama customer.” (Qonita)	“Kalau secara pelayanan oke sih mas, ramah-ramah kok.” (Ryan)
SOP tidak tertulis	Profesionalisme Pelayan	“Gak ada, semua serba fleksibel disini.” (Zinka)	“Pelayanannya sudah baik, cuma mungkin bisa lebih konsisten lagi.” (Ryan)
Standar penampilan sederhana	Profesionalisme Pelayan	“Paling cuma pakai kaos seragam sama celana panjang, yang penting rapi.” (Zinka)	“Kalau dilihat-lihat seadanya aja pakaiannya itu.” (Darto)
Seragam belum konsisten	Profesionalisme Pelayan	“Seragam ada, tapi nggak terlalu ketat harus selalu pakai.” (Febry)	“Harusnya seragam atau pakaian tuh sama semua ya, jadinya keliatan lebih rapi.” (Ryan)
Usulan penampilan lebih profesional	Profesionalisme Pelayan	“Seragam satu model, mungkin ditambah apron sama name tag.” (Febry)	“Paling dibikin seragam aja sih, sama pake sepatu biar lebih keliatan bagus rapi juga.” (Darto)

Konsistensi identitas tradisional	Persepsi Brand	“Pelanggan mandang kita makanan rumahan dan khas banget sama Jawa.” (Qonita)	“Bagus, khas Jawa banget.” (Darto)
-----------------------------------	----------------	--	------------------------------------

Berdasarkan hasil pengkodean tersebut, terlihat bahwa isu yang paling dominan berpusat pada kualitas elemen fisik restoran dan profesionalisme pelayanan. Pada dimensi *tangible*, temuan banyak mengarah pada persepsi responden mengenai visual restoran yang masih sederhana, meskipun memiliki kekuatan pada kebersihan dan identitas tradisional. Sementara pada dimensi profesionalisme pelayan, temuan menunjukkan bahwa pelayanan interpersonal dinilai cukup baik, namun belum sepenuhnya didukung oleh standar penampilan dan sistem pelayanan yang lebih terstruktur. Hasil pengkodean ini selanjutnya menjadi dasar untuk proses identifikasi tema dalam analisis penelitian.

4.2.2 Identifikasi Tema

Berdasarkan proses pengkodean yang dilakukan pada data wawancara, beberapa tema utama berhasil diidentifikasi sebagai representasi dari pengalaman dan pandangan responden mengenai penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Tema-tema ini diperoleh melalui pengelompokan kode yang memiliki kesamaan makna, kemudian dianalisis untuk menemukan pola yang paling dominan yang muncul dari data. Proses identifikasi tema ini bertujuan memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai aspek-aspek penting yang memengaruhi kualitas pelayanan, khususnya yang berkaitan dengan elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan.

Tema-tema yang terbentuk merupakan hasil interpretasi dari berbagai kode yang muncul berulang dalam wawancara, baik dari perspektif konsumen maupun karyawan. Dari proses tersebut, ditemukan empat tema utama yang menjadi fokus

analisis penelitian, yaitu elemen *visual* restoran sebagai pembentuk persepsi konsumen, profesionalisme pelayan sebagai representasi kualitas layanan, konsistensi identitas restoran sebagai bagian dari pengalaman konsumen, serta kebutuhan pengembangan kualitas layanan.

Tema pertama adalah elemen visual restoran sebagai pembentuk persepsi konsumen. Tema ini muncul dari beberapa kode seperti kesan ruang sempit, visual restoran belum sesuai target pasar, dekorasi perlu dikembangkan, dan tampilan visual belum optimal. Responden konsumen secara konsisten menyoroti bahwa kondisi fisik restoran tidak hanya berfungsi sebagai fasilitas pendukung, tetapi juga membentuk kesan awal dan pengalaman selama berkunjung. Tema ini menunjukkan bahwa elemen *tangible* berperan dalam membangun persepsi konsumen terhadap kualitas layanan sekaligus citra restoran.

Tema kedua berkaitan dengan profesionalisme pelayan sebagai representasi kualitas layanan. Tema ini terbentuk dari kode seperti pelayanan dinilai ramah, SOP tidak tertulis, standar penampilan sederhana, seragam belum konsisten, dan usulan penampilan lebih profesional. Responden menilai bahwa kualitas layanan tidak hanya tercermin dari keramahan pelayan, tetapi juga dari standar profesional yang ditunjukkan melalui penampilan, konsistensi pelayanan, dan kesiapan operasional. Tema ini memperlihatkan bahwa profesionalisme pelayan dipersepsikan sebagai elemen penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang positif dan dapat meningkatkan *customer satisfaction*.

Tema ketiga adalah konsistensi identitas restoran sebagai bagian dari pengalaman konsumen. Tema ini muncul dari kode seperti konsistensi identitas tradisional dan loyalitas karena rasa, yang menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap restoran tidak hanya dibentuk oleh kualitas makanan, tetapi juga oleh kesesuaian antara konsep, suasana, dan identitas *brand* yang ditampilkan. Responden melihat kekuatan Bakmi Jawa Gunungkidul pada identitas tradisionalnya, namun juga menilai bahwa identitas tersebut belum sepenuhnya diwujudkan secara kuat melalui pengalaman visual dan pelayanan.

Tema keempat adalah kebutuhan pengembangan kualitas layanan. Tema ini merupakan hasil pengelompokan dari berbagai kode yang menunjukkan adanya ruang perbaikan, baik pada aspek visual restoran maupun pada sistem pelayanan. Responden tidak hanya memberikan penilaian terhadap kondisi saat ini, tetapi juga menyampaikan berbagai masukan terkait pengembangan, seperti pembaruan visual, penataan ruang, penggunaan seragam, hingga peningkatan standar pelayanan. Tema ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dipahami sebagai sesuatu yang bersifat dinamis dan memerlukan pengembangan berkelanjutan.

Identifikasi tema ini memberikan dasar untuk melakukan analisis tematik pada bagian selanjutnya. Tema-tema yang ditemukan mencerminkan keterkaitan antara kondisi fisik restoran, kualitas interaksi pelayanan, serta persepsi konsumen terhadap pengalaman layanan secara keseluruhan. Dengan demikian, tema-tema tersebut menjadi landasan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana *service quality* dan *customer satisfaction* dapat ditingkatkan serta diterapkan di Bakmi Jawa Gunungkidul.

4.2.3 Analisis Tematik

Analisis tematik dilakukan untuk menafsirkan tema-tema yang telah diidentifikasi dari proses pengkodean data sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Setiap tema dianalisis dengan mempertimbangkan konteks wawancara, hubungan antartema, serta keterkaitannya dengan fokus penelitian. Dengan ini, hasil analisis tidak hanya menggambarkan kondisi yang ada, tetapi juga memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *customer satisfaction*.

4.2.3.1 Elemen Visual Restoran dalam Membentuk Persepsi Konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa kondisi fisik restoran menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kesan awal konsumen. Beberapa narasumber menilai bahwa meskipun restoran telah memiliki konsep

tradisional yang jelas, tampilan visual seperti tata ruang, dekorasi, dan suasana masih tergolong sederhana. Hal ini mengindikasikan bahwa elemen *tangible* belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkuat daya tarik dan citra restoran. Dengan kata lain, aspek visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai bagian penting dalam membangun persepsi *service quality*.

4.2.3.2 Profesionalisme Pelayan sebagai Cerminan Service Quality

Dari sisi pelayanan, interaksi antara karyawan dan konsumen dinilai sudah berjalan dengan cukup baik, terutama dalam hal keramahan dan sikap sopan. Namun, analisis menunjukkan adanya kekurangan dalam hal standar pelayanan yang lebih formal, seperti konsistensi penampilan, penggunaan seragam, serta sistem pelatihan yang terstruktur. Kondisi ini menunjukkan bahwa profesionalisme pelayan belum sepenuhnya optimal, sehingga berpotensi memengaruhi persepsi konsumen terhadap *service quality* secara keseluruhan.

4.2.3.3 Konsistensi Identitas Restoran dalam Pengalaman Konsumen

Analisis menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya menilai dari kualitas makanan, tetapi juga dari kesesuaian antara konsep restoran dengan pengalaman yang dirasakan. Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki kekuatan pada identitas tradisional yang ditawarkan, namun implementasi identitas tersebut belum sepenuhnya konsisten pada seluruh elemen, baik dari sisi visual maupun pelayanan. Hal ini mengindikasikan bahwa konsistensi identitas menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman konsumen yang utuh.

4.2.3.4 Kebutuhan Pengembangan Kualitas Layanan

Analisis terakhir menunjukkan adanya kebutuhan untuk melakukan pengembangan pada beberapa aspek pelayanan. Narasumber memberikan berbagai masukan terkait peningkatan tampilan restoran, penataan ruang, hingga profesionalisme pelayan. Temuan ini mengarah pada kesimpulan

bahwa kualitas layanan merupakan aspek yang terus berkembang dan memerlukan evaluasi secara berkelanjutan. Upaya pengembangan tersebut tidak hanya bertujuan untuk memperbaiki kekurangan, tetapi juga untuk meningkatkan daya saing restoran.

Berdasarkan keseluruhan analisis, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul dipengaruhi oleh kombinasi antara kondisi fisik restoran dan kualitas interaksi pelayanan. Kedua aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman konsumen secara menyeluruh. Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan secara terpadu agar dapat memberikan dampak yang lebih optimal terhadap persepsi dan *customer satisfaction*.

4.3 Pembahasan Hasil

4.3.1 Kontekstualisasi Temuan

Kontekstualisasi temuan pada penelitian ini disusun berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen dan karyawan Bakmi Jawa Gunungkidul. Data yang diperoleh menggambarkan bagaimana persepsi terhadap kualitas pelayanan terbentuk melalui pengalaman langsung narasumber, baik dari sisi pengguna layanan maupun pihak internal restoran. Analisis ini diarahkan pada dua aspek utama, yaitu elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan, yang menjadi bagian penting dalam membentuk *service quality*.

Tabel 4.3 Peran Elemen Tangibles dan Profesionalisme Pelayan dalam Service Quality untuk Meningkatkan Customer Satisfaction

Responden	Pertanyaan	Jawaban
Qonita (Karyawan)	Bagaimana kesan pertama terhadap tampilan restoran?	Dari sisi kebersihan dan kerapian, kondisi restoran

		sudah dijaga dengan cukup baik.
Zinka (Karyawan)		Secara keseluruhan, tampilan restoran masih sederhana dan belum memiliki standar visual yang jelas.
Febry (Manajer)		Tampilan restoran masih dapat dikembangkan agar terlihat lebih menarik.
Ardyansah (Konsumen))		Kesan pertama saat memasuki restoran, ruangnya terasa cukup sempit dan desain keramikanya kurang menarik.
Darto (Konsumen)		Menurut saya, tampilannya masih tergolong sederhana, meskipun konsep khas Jawa sudah terlibat.
Rico (Konsumen)		Tampilan restoran tidak buruk, namun masih kurang menarik secara visual, meskipun kualitas makanannya baik.
Qonita (Karyawan	Bagaimana penilaian terhadap pelayanan yang diberikan?	Dalam memberikan pelayanan, kami mengutamakan sikap ramah terhadap konsumen.

Zinka (Karyawan)		Pelayanan yang dilakukan masih bersifat fleksibel karena belum terdapat SOP tertulis.
Febry (Manajer)		Pelayanan telah berjalan dengan baik, namun belum didukung oleh standar yang konsisten.
Ardyansah (Konsumen)		Pelayanan sudah cukup baik dan ramah, namun pada saat kondisi ramai waktu pelayanan menjadi lebih lama.
Darto (Konsumen)		Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan dilakukan dengan sikap yang sopan.
Rico (Konsumen)		Secara keseluruhan pelayanan sudah baik dan tidak terdapat kendala yang berarti.

Dapat diketahui bahwa persepsi narasumber terhadap kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan. Dari sisi *tangible*, sebagian besar narasumber menilai bahwa kondisi visual restoran masih tergolong sederhana dan belum sepenuhnya memberikan kesan yang menarik, meskipun kebersihan dan kerapian sudah cukup terjaga. Sementara itu, dari aspek pelayanan, narasumber pada umumnya memberikan penilaian positif terhadap sikap ramah dan sopan karyawan, namun masih ditemukan beberapa kekurangan, seperti waktu pelayanan yang lebih lama

pada kondisi ramai serta belum adanya standar operasional yang konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen tidak hanya ditentukan oleh interaksi langsung, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi fisik dan sistem pelayanan yang diterapkan.

Meskipun pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul telah berjalan dengan cukup baik, hasil wawancara menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam penerapan *service quality*. Kendala tersebut berkaitan dengan aspek visual restoran yang belum optimal, keterbatasan standar operasional pelayanan, serta belum konsistennya profesionalisme pelayan dalam hal penampilan dan sistem kerja. Kondisi ini menjadi faktor yang dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan secara keseluruhan, sehingga diperlukan upaya perbaikan yang lebih.

Tabel 4.4 Kendala dalam Penerapan Service Quality di Bakmi Jawa Gunungkidul

Responden	Pertanyaan	Jawaban
Ryan (Konsumen)	Apa kendala yang dirasakan terkait tampilan atau restoran?	Kendala yang dirasakan adalah tata ruang restoran yang relatif sempit serta desain interior yang kurang menarik.
Darto (Konsumen)		Tampilan restoran masih tergolong sederhana dan belum sepenuhnya mencerminkan konsep yang kuat.

Rico (Konsumen)		Secara tampilan masih kurang menarik meskipun tidak dalam kondisi yang buruk.
Qonita (Karyawan)		Belum terdapat standar khusus dalam pengelolaan tampilan visual restoran.
Zinka (Karyawan)		Tampilan restoran masih sederhana dan belum memiliki konsep visual yang konsisten.
Febry (Manajer)		Perlu adanya pengembangan pada dekorasi agar tampilan menjadi lebih menarik.
Ryan (Konsumen)	Apa kendala yang dirasakan terkait pelayanan?	Waktu pelayanan menjadi lama ketika kondisi restoran sedang ramai.
Zinka (Karyawan)		Belum terdapat SOP tertulis sehingga pelayanan masih bersifat fleksibel.
Febry (Manager)		Belum adanya standar yang konsisten dalam pelaksanaan pelayanan.

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa kendala yang muncul dalam penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul mencerminkan adanya kessenjangan antara kondisi aktual di lapangan dengan harapan terhadap kualitas layanan yang ideal. Melihat kondisi tersebut, diperlukan pendekatan perbaikan yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga sistematis agar mampu menjawab berbagai kendala yang telah diidentifikasi.

Berdasarkan kendala yang telah diidentifikasi, diperlukan berbagai upaya perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul. Upaya ini dirumuskan berdasarkan pandangan langsung dari narasumber, baik konsumen maupun karyawan, sehingga mencerminkan kebutuhan nyata di lapangan.

Tabel 4.5 Upaya dalam Penerapan Service Quality di Bakmi Jawa Gunungkidul Untuk Meningkatkan Customer Satisfaction

Responden	Pertanyaan	Jawaban
Ryan (Konsumen)	Apa yang perlu ditingkatkan dari tampilan atau visual restoan?	Perlu dilakukan pengembangan pada desain interior agar terlihat lebih menarik dan sesuai dengan ekspektasi konsumen.
Darto (Konsumen)		Tampilan restoran dapat ditingkatkan dengan memperkuat konsep visual agar lebih jelas dan konsisten.
Rico (Konsumen)		Perlu adanya peningkatan pada aspek visual agar restoran lebih terlihat menarik meskipun kualitas makanan sudah baik.
Qonita (Karyawan)		Perlu adanya pengelolaan tampilan yang lebih terarah agar terlihat lebih rapi dan menarik.
Zinka (Kayawan)		Diperlukan konsep visual yang lebih jelas agar tampilan restoran lebih konsisten.

Febry (Manajer)		Penambahan elemen dekorasi dapat dilakukan untuk meningkatkan daya tarik visual restoran.
Ryan (Konsumen)	Apa yang perlu ditingkatkan dari pelayanan?	Perlu adanya peningkatan kecepatan pelayanan terutama saat kondisi restoran ramai.
Darto (Konsumen)		Pelayanan dapat ditingkatkan melalui peningkatan kecepatan dan ketepatan dalam melayani konsumen.
Rico (Konsumen)		Pelayaan sudah baik, namun masih dapat ditingkatkan agar lebih optimal.
Qonita (Karyawan)		Perlu adanya konsistensi dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
Zinka (Karyawan)		Diperlukan penerapan SOP agar pelayanan lebih terstruktur dan seragam.
Febry (Manajer)		Perlu adanya standar pelayanan dan peningkatan profesionalisme, terutama dalam penampilan dan sikap.

Berdasarkan tabel 4.5, terlihat bahwa usulan perbaikan yang disampaikan oleh responden cenderung mengarah pada upaya penyempurnaan pengalaman konsumen secara keseluruhan. Pada aspek tampilan, responden menekankan pentingnya peningkatan daya tarik visual agar restoran tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga mampu memberikan kesan yang lebih menarik

dan nyaman. Sementara itu, pada aspek pelayanan, perhatian responden lebih banyak tertuju pada bagaimana pelayanan dapat berjalan lebih cepat, jelas, dan memiliki standar yang seragam, sehingga mampu memberikan pengalaman yang konsisten bagi setiap konsumen.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan perbaikan teknis, tetapi juga menyangkut bagaimana restoran membangun persepsi dan ekspektasi konsumen melalui berbagai elemen yang saling mendukung. Oleh karena itu, implementasi upaya perbaikan perlu dilakukan secara berkelanjutan dan terintegrasi, sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi konsumen sekaligus memperkuat posisi restoran dalam memberikan layanan yang berkualitas.

4.3.2 Hubungan dengan Literatur

Untuk memperkuat hasil penelitian, temuan wawancara yang diperoleh kemudian dikaitkan dengan beberapa literatur dan penelitian yang relevan. Keterkaitan tersebut bertujuan untuk menunjukkan bahwa hasil penelitian yang ditemukan di Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki hubungan dengan teori maupun penelitian yang berkaitan dengan *service quality*. Adapun hubungan antara temuan wawancara dengan literatur pendukung disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.6 Keterkaitan Temuan Service Quality dengan Literatur

Responden	Temuan Wawancara	Literatur Pendukung
Ryan (Konsumen)	Menilai tampilan restoran masih kurang menarik dan ruang terasa sempit.	Lingkungan fisik restoran dapat memengaruhi pengalaman serta persepsi konsumen terhadap <i>service quality</i> yang diberikan (Uslu, 2020).

Darto (Konsumen)	Menyampaikan bahwa tampilan restoran masih terlihat sederhana.	Visual restoran berperan sebagai bentuk komunikasi yang dapat membangun persepsi konsumen terhadap suatu brand atau layanan (Cant dan Wiid, 2011).
Rico (Konsumen)	Menilai tampilan restoran kurang menarik meskipun kualitas makanan sudah baik.	Atmosfer dan tampilan visual restoran dapat memengaruhi emosi serta kenyamanan konsumen selama menerima layanan (Maymand dan Ahmadinejad, 2011).
Qonita (Karyawan)	Menyampaikan bahwa kebersihan dan kerapihan restoran sudah cukup terjaga.	Kualitas pelayanan tidak hanya dipengaruhi interaksi pelayanan, tetapi juga kondisi fisik yang dirasakan konsumen secara langsung (Ganiyu et al., 2012).
Zinka (Karyawan))	Menyatakan belum adanya standar visual yang jelas dalam restoran.	Pengelolaan tampilan fisik yang konsisten dapat meningkatkan citra dan persepsi <i>service quality</i> di mata konsumen (Uslu, 2020).
Febry (Mangjer)	Menilai tampilan restoran masih perlu dikembangkan agar lebih menarik.	Tampilan visual yang baik mampu menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan daya tarik

		konsumen terhadap restoran (Cant dan Wiid, 2011).
Ryan (Konsumen)	Menilai pelayanan sudah ramah, namun masih lambat saat kondisi ramai.	Kualitas pelayanan yang baik ditentukan oleh kemampuan restoran dalam memberikan pelayanan secara cepat dan sesuai harapan konsumen (Hapsari et al., 2016).
Darto (Konsumen)	Menilai pelayanan yang diberikan sudah baik dan sopan.	Sikap ramah dan perhatian terhadap konsumen menjadi bagian penting dalam membangun kepuasan pelanggan (Ganiyu et al., 2012).
Rico (Konsumen)	Menilai pelayanan sudah cukup baik dan tidak memiliki kendala berarti.	Kepuasan konsumen muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen (Saadat et al., 2018).
Qonita (Karyawan)	Menyampaikan bahwa pelayanan mengutamakan kerahaman terhadap konsumen.	Hubungan yang baik antara karyawan dan konsumen dapat meningkatkan pengalaman positif dalam pelayanan (Hapsari et al., 2016).
Zinka (Karyawan)	Menyatakan belum adanya SOP pelayanan yang jelas.	Standar pelayanan yang konsisten diperlukan agar kualitas layanan dapat

		berjalan secara optimal (Ganiyu er al., 2012).
Febry (Manajer)	Menilai pelayanan masih perlu ditingkatkan agar lebih konsisten.	Kualitas pelayanan yang terstruktur dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen terhadap restoran (Saadat et al., 2018).

Dapat diketahui bahwa temuan hasil wawancara memiliki keterkaitan dengan berbagai literatur yang digunakan dalam penelitian. Temuan mengenai elemen *tangible* dan temuan terkait pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan *customer satisfaction*. Oleh karena itu hasil temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan *service quality* dipengaruhi oleh aspek fisik maupun interaksi pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan keterkaitan temuan wawancara dengan literatur pada tabel sebelumnya, dapat diketahui bahwa berbagai aspek dalam *service quality* memiliki pengaruh terhadap persepsi dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang sesuai untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul. Upaya tersebut kemudian dikaitkan kembali dengan beberapa literatur pendukung guna memperkuat relevansi hasil penelitian.

Tabel 4.7 Keterkaitan Upaya dalam Penerapan Service Quality di Bakmi Jawa Gunungkidul untuk Meningkatkan *Customer Satisfaction* dengan Literatur

Responden	Temuan Wawancara	Literatur Pendukung
Ryan (Konsumen)	Tampilan restoran dibuat lebih modern dan menarik.	Tampilan visual restoran dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas

		layanan yang diberikan (Cant dan Wiid, 2011).
Darto (Konsumen)	Penambahan dekorasi dan penataan ruang.	Atmosfer restoran yang nyaman dapat meningkatkan pengalaman serta kepuasan konsumen (Maymand dan Ahmadinejad, 2011).
Rico (Konsumen)	Menilai visual restoran perlu dikembangkan agar tidak terlihat biasa.	Lingkungan fisik yang menarik mampu menciptakan pengalaman positif bagi konsumen (Uslu, 2020).
Qonita (Karyawan)	Penataan restoran yang lebih rapi.	Kondisi fisik yang tertata dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan restoran (Ganiyu et al., 2012).
Zinka (Karyawan)	Mengusulkan adanya konsep visual yang konsisten.	Pengelolaan visual yang konsisten dapat memperkuat citra restoran di mata konsumen (Boasiako dan Asante, 2019).
Febry (Manajer)	Penambahan dekorasi restoran.	<i>Visual merchandising</i> dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap restoran (Cant dan Wiid, 2011).
Ryan dan Darto (Konsumen)	Peningkatan kecepatan pelayanan saat ramai dan lebih responsif.	Kecepatan pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen (Hapsari et al., 2016)).

Rico (Konsumen)	Menilai pelayanan perlu terus ditingkatkan.	Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Saadat et al., 2018).
Qonita (Karyawan)	Pelayanan yang lebih konsisten.	Konsistensi pelayanan menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas layanan restoran (Ganiyu et al., 2012).
Zinka (Karyawan)	Mengusulkan adanya SOP pelayanan yang jelas.	Standarisasi pelayanan membantu menjaga kualitas layanan agar tetap optimal (Hapsari et al. 2016).
Febry (Manajer)	Profesionalisme pelayan perlu ditingkatkan.	Interaksi pelayanan yang profesional dapat menciptakan pengalaman positif bagi konsumen (Boasiako dan Asante, 2019).

Upaya peningkatan pada aspek *tangible*, seperti pengembangan tampilan visual, penataan ruang, serta penambahan dekorasi, didukung oleh literatur yang menyatakan bahwa kondisi fisik restoran mampu memengaruhi pengalaman dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Selain itu, upaya peningkatan pelayanan melalui kecepatan pelayanan, konsistensi pelayanan, penerapan SOP, serta peningkatan profesionalisme pelayan juga selaras dengan literatur yang menjelaskan bahwa kualitas interaksi pelayanan menjadi faktor penting dalam menciptakan *customer satisfaction*.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk yang diberikan, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi fisik restoran dan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen secara langsung. Temuan penelitian

yang diperoleh melalui wawancara kemudian diperkuat dengan berbagai literatur yang relevan, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

4.3.3 Implikasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa implikasi praktis yang dapat diterapkan oleh Bakmi Jawa Gunungkidul dalam upaya meningkatkan *service quality*. Implikasi tersebut disusun berdasarkan temuan wawancara yang berkaitan dengan kondisi elemen *tangible* restoran, seperti tampilan visual, penataan ruang, kebersihan, serta fasilitas pendukung yang memengaruhi kenyamanan konsumen. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan pengembangan kualitas layanan secara lebih optimal.

Tabel 4.8 Implikasi Praktis dalam Mengembangkan Service Quality Bakmi Jawa Gunungkidul pada Aspek Tangible

Responden	Temuan Wawancara	Implikasi Praktis
Ryan (Konsumen)	Tampilan restoran masih terlihat sederhana dan kurang menarik secara visual.	Perlu dilakukan pengembangan konsep visual restoran agar lebih menarik dan mampu meningkatkan daya tarik konsumen.
Darto (Konsumen)	Penataan ruang restoran masih terasa sempit saat kondisi ramai.	Restoran perlu melakukan penataan ulang tata ruang agar menciptakan kenyamanan bagi konsumen.

Rico (Konsumen)	Dekorasi restoran masih kurang mencerminkan identitas khas Bakmi Jawa Gunungkidul.	Penambahan elemen dekorasi khas dapat memperkuat identitas restoran dan meningkatkan pengalaman konsumen.
Qonita (Karyawan)	Kebersihan restoran sudah cukup baik namun perlu dijaga secara konsisten.	Perlu adanya standar kebersihan yang diterapkan secara rutin untuk menjaga kualitas lingkungan restoran.
Zinka (Karyawan)	Belum terdapat standar visual yang konsisten dalam tampilan restoran.	Restoran perlu menyusun konsep visual dan standar tampilan yang lebih terarah agar menciptakan citra yang konsisten.
Febry (Manajer)	Fasilitas dan tampilan restoran masih perlu dikembangkan agar lebih nyaman.	Pengembangan fasilitas fisik dan kenyamanan ruang dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil temuan pada tabel, dapat terlihat bahwa pengembangan aspek *tangible* perlu menjadi perhatian dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul. Responden menilai bahwa kondisi fisik restoran tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap layanan, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman konsumen ketika berkunjung. Oleh karena itu, perbaikan pada tampilan visual, penataan ruang, dekorasi, serta fasilitas pendukung dinilai mampu menciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik bagi konsumen.

Selain aspek *tangible*, profesionalisme pelayan juga menjadi bagian penting dalam penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan beberapa temuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

Temuan tersebut kemudian disusun menjadi beberapa implikasi praktis yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam meningkatkan profesionalisme pelayan guna mendukung kepuasan konsumen.

Tabel 4.9 Implikasi Praktis dalam Mengembangkan Service Quality Bakmi Jawa Gunungkidul pada Aspek Profesionalisme Pelayan.

Responden	Temuan Wawancara	Implikasi Praktis
Rico (Konsumen)	Pelayanan dinilai cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan agar lebih konsisten.	Restoran perlu menjaga konsistensi pelayanan agar pengalaman konsumen tetap positif pada setiap kunjungan.
Qonita (Karyawan)	Pelayanan mengutamakan keramahan pada konsumen.	Keramahan dalam pelayanan perlu terus diterapkan untuk membangun hubungan yang baik dengan konsumen.
Zinka (Karyawan)	Belum terdapat SOP pelayanan yang jelas dan terstruktur.	Perlu dibuat standar operasional prosedur (SOP) pelayanan, agar pelayanan berjalan lebih konsisten dan profesional.
Febry (Manajer)	Profesionalisme pelayan masih perlu ditingkatkan.	Restoran perlu melakukan pelatihan pelayanan guna meningkatkan profesionalisme dan

		kualitas interaksi pelayan dengan konsumen.
--	--	---

Dapat diketahui bahwa profesionalisme pelayan memiliki pengaruh terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen di Bakmi Jawa Gunungkidul. Sebagian responden menilai bahwa keramahan pelayan sudah cukup baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan pelayanan, konsistensi pelayanan, serta penerapan standar pelayanan yang lebih terarah. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan melalui pelatihan pelayanan dan penyusunan SOP agar kualitas pelayanan yang diberikan dapat berjalan secara lebih optimal dan profesional.

Secara keseluruhan, implikasi praktis dalam pengembangan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul menunjukkan bahwa aspek *tangible* dan profesionalisme pelayan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen. Kondisi fisik restoran, seperti tampilan visual, penataan ruang, dan kenyamanan fasilitas, dinilai mampu memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan. Selain itu, kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui keramahan, kecepatan pelayanan, konsistensi pelayanan, serta profesionalisme pelayan juga berpengaruh terhadap pengalaman konsumen selama berada di restoran. Dengan demikian, pengembangan *service quality* perlu dilakukan secara menyeluruh, baik melalui optimalisasi elemen fisik restoran maupun peningkatan kualitas sumber daya manusia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Ringkasan Temuan Utama

Penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, menemukan bahwa penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul dipengaruhi oleh dua aspek utama, yaitu elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan. Meskipun kualitas makanan dinilai sudah baik, kondisi fisik restoran tetap menjadi faktor yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profesionalisme pelayan memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman konsumen. Dari sisi karyawan, ditemukan bahwa pelayanan masih dilakukan berdasarkan kebiasaan kerja tanpa adanya SOP yang jelas, sehingga konsistensi pelayanan belum sepenuhnya optimal.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki hubungan yang erat dengan tingkat *customer satisfaction*. Konsumen tidak hanya memperhatikan kualitas makanan, tetapi juga memperhatikan kenyamanan lingkungan restoran serta kualitas interaksi pelayanan yang diterima selama berada di restoran.

5.1.1.1 Keunggulan Bakmi Jawa Gunungkidul

Selain menemukan beberapa kendala dalam penerapan *service quality*, penelitian ini juga menunjukkan bahwa Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki beberapa keunggulan yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Keunggulan tersebut tidak hanya terlihat dari kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga dari pengalaman pelayanan dan suasana yang dirasakan oleh konsumen selama berada di restoran. Adanya keunggulan ini menjadi salah satu faktor yang mendukung terciptanya *customer satisfaction* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Beberapa

keunggulan Bakmi Jawa Gunungkidul yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi antara lain sebagai berikut:

1) Citra rasa makanan yang khas

Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki citra rasa makanan yang dinilai konsumen cukup khas dan sesuai dengan karakter masakan bakmi Jawa tradisional. Hal ini menyebabkan salah satu konsumen melakukan pembelian ulang.

2) Pelayanan yang ramah kepada konsumen

Sebagian besar responden menilai bahwa pelayan di Bakmi Jawa Gunungkidul sudah memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen, sehingga menciptakan suasana yang nyaman selama berada di restoran.

3) Kebersihan restoran yang cukup terjaga

Kondisi kebersihan restoran dinilai sudah cukup baik oleh konsumen maupun karyawan. Kebersihan tersebut adalah salah satu faktor pendukung kenyamanan konsumen saat menikmati makanan.

4) Memiliki suasana yang sederhana dan nyaman

Meskipun tampilan restoran masih sederhana, beberapa konsumen menilai suasana restoran cukup nyaman untuk makan bersama keluarga maupun teman.

5) Memiliki potensi pengembangan visual restoran

Bakmi Jawa Gunungkidul memiliki peluang untuk dikembangkan lebih lanjut pada aspek visual dan penataan ruang agar dapat meningkatkan daya tarik restoran di tengah persaingan usaha kuliner.

5.1.1.2 Kelemahan Bakmi Jawa Gunungkidul

Hasil yang didapat juga menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa kelemahan dalam penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul. Kelemahan tersebut berkaitan dengan kondisi fisik restoran maupun kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Beberapa temuan ini menjadi perhatian

karena dapat memengaruhi kenyamanan konsumen serta persepsi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh restoran. Beberapa kelemahan Bakmi Jawa Gunungkidul yang ditemukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi antara lain sebagai berikut:

- 1) Tampilan visual restoran masih kurang menarik
Sebagian responden menilai bahwa tampilan visual restoran masih terlihat sederhana dan belum memiliki konsep yang kuat, sehingga daya tarik restoran dinilai masih kurang dibandingkan usaha kuliner lainnya.
- 2) Penataan ruang restoran masih kurang optimal
Kondisi ruang restoran dinilai masih terasa sempit, terutama saat jumlah konsumen sedang ramai. Hal tersebut dapat memengaruhi kenyamanan konsumen selama berada di restoran.
- 3) Dekorasi dan identitas visual restoran masih terbatas
Restoran dinilai belum memiliki dekorasi atau elemen visual yang mampu memperkuat identitas khas Bakmi Jawa Gunungkidul, sehingga suasana restoran masih terlihat biasa.
- 4) Belum terdapat SOP pelayanann yang jelas
Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan, pelayanan masih dilakukan berdasarkan kebiasaan kerja tanpa adanya standar operasional pelayanan yang terstruktur.
- 5) Target pasar masih terbatas
Harga produk yang relatif tinggi membuat restoran belum sepenuhnya dapat menjangkau seluruh kalangan konsumen, khususnya konsumen dengan daya beli menengah ke bawah.

5.1.2 Jawaban atas Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan melalui kegiatan observasi, wawancara, dan dokumentasi, diperoleh jawaban terhadap rumusan masalah penelitian sebagai berikut.

1) Peran elemen *tangible* dalam *service quality* untuk meningkatkan *customer satisfaction* di Bakmi Jawa Gunungkidul

Elemen *tangible* memberikan pengaruh terhadap penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul. Konsumen tidak hanya menilai kualitas makanan yang disajikan, tetapi juga memperhatikan kondisi fisik restoran. Beberapa konsumen menyampaikan bahwa tampilan restoran masih terlihat sederhana dan belum memiliki konsep visual yang kuat sehingga daya tarik restoran dinilai masih perlu dikembangkan.

Namun, kondisi kebersihan restoran dinilai sudah cukup baik dan mampu mendukung kenyamanan konsumen saat menikmati makanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek fisik restoran menjadi bagian penting dalam membentuk pengalaman konsumen terhadap layanan yang diberikan. Oleh sebab itu, pengembangan pada aspek visual dan fasilitas restoran dinilai dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen di Bakmi Jawa Gunungkidul.

2) Peran profesionalisme pelayan dalam *service quality* untuk meningkatkan *customer satisfaction* di Bakmi Jawa Gunungkidul

Profesionalisme pelayan memiliki kontribusi dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi konsumen. Sebagian besar konsumen menilai bahwa pelayan di Bakmi Jawa Gunungkidul telah memberikan pelayanan yang ramah, sopan, dan cukup baik dalam melayani pelanggan. Sikap tersebut menjadi salah satu faktor yang membuat konsumen merasa nyaman selama berada di restoran.

Meskipun demikian, juga ditemukan bahwa kualitas pelayanan masih menghadapi beberapa hambatan, terutama pada konsistensi dan kecepatan pelayanan saat restoran berada dalam kondisi ramai. Selain itu, belum adanya standar pelayanan yang jelas menyebabkan pelayanan yang diberikan masih bergantung pada kebiasaan masing-masing karyawan, dan penggunaan seragam juga masih belum sama. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan profesionalisme pelayan masih perlu

dilakukan agar kualitas pelayanan dapat berjalan lebih terarah dan konsisten. Dengan adanya pelatihan pelayanan, penerapan SOP, serta peningkatan kemampuan komunikasi pelayan, kualitas layanan di Bakmi Jawa Gunungkidul diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan *customer satisfaction*.

Secara keseluruhan, dapat dipahami bahwa penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul dipengaruhi oleh kondisi elemen *tangible* serta profesionalisme pelayan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kedua aspek tersebut saling berkaitan dalam membentuk pengalaman dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan restoran. Oleh karena itu, pengembangan pada aspek fisik restoran dan peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar Bakmi Jawa Gunungkidul mampu menciptakan pelayanan yang lebih optimal serta meningkatkan *customer satisfaction*,

5.1.3 Kontribusi Penelitian

Penelitian mengenai penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana kualitas pelayanan pada usaha kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk makanan, tetapi juga oleh pengalaman layanan yang dirasakan konsumen secara keseluruhan. Penelitian ini menunjukkan bahwa elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan menjadi dua aspek penting yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan restoran. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya pengelolaan kualitas pelayanan secara menyeluruh dalam usaha kuliner.

Kontribusi penelitian ini juga terlihat pada pembahasan mengenai elemen *tangible* sebagai bagian dari *service quality*. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa tampilan visual restoran, tata ruang, dekorasi, kebersihan, dan kenyamanan fasilitas memiliki pengaruh terhadap pengalaman konsumen selama berada di restoran. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa kondisi fisik restoran bukan hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi menjadi bagian dari strategi pelayanan yang

dapat membentuk persepsi dan kepuasan konsumen. Hal ini memberikan tambahan pemahaman bahwa pengembangan kualitas pelayanan pada restoran perlu mempertimbangkan aspek visual dan kenyamanan lingkungan secara lebih optimal.

Selain itu, penelitian ini turut memberikan kontribusi dalam memahami pentingnya profesionalisme pelayan dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang positif. Sikap ramah, sopan, responsif, dan kemampuan pelayan dalam berinteraksi dengan konsumen menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan konsumen selama menerima layanan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa konsistensi pelayanan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh restoran, terutama melalui penerapan standar pelayanan yang jelas agar kualitas pelayanan dapat berjalan secara lebih terarah.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi Bakmi Jawa Gunungkidul sebagai bahan evaluasi dalam mengembangkan *service quality*. Beberapa temuan dalam penelitian dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam melakukan pengembangan restoran, seperti peningkatan tampilan visual restoran, penataan ruang yang lebih nyaman, penyusunan SOP pelayanan, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan pelayanan. Dengan adanya evaluasi tersebut, restoran diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Di sisi akademis, penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi dalam kajian mengenai *service quality* pada industri food and beverage (F&B), khususnya pada usaha restoran lokal. Penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan dalam industri kuliner tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman konsumen terhadap lingkungan fisik dan interaksi pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang membahas kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, maupun pengalaman konsumen pada industri restoran.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian kualitatif dalam bidang pemasaran dan pelayanan.

Pendekatan wawancara yang digunakan dalam penelitian ini memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pengalaman, persepsi, dan penilaian konsumen maupun karyawan terhadap kualitas pelayanan di Bakmi Jawa Gunungkidul. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menghasilkan data mengenai kondisi pelayanan restoran, tetapi juga memberikan pemahaman kontekstual mengenai bagaimana kualitas pelayanan dipersepsikan secara langsung oleh konsumen dan pihak internal restoran.

5.2 Saran

5.2.1 Rekomendasi Praktis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh Bakmi Jawa Gunungkidul dalam upaya meningkatkan *service quality* serta *customer satisfaction*. Rekomendasi ini disusun berdasarkan temuan penelitian yang berkaitan dengan elemen *tangible* dan profesionalisme pelayan sebagai aspek utama dalam kualitas pelayanan restoran.

1) Pengembangan Konsep Visual Restoran

Bakmi Jawa Gunungkidul disarankan untuk melakukan pengembangan pada tampilan visual restoran agar memiliki identitas yang lebih kuat dan menarik bagi konsumen. Pengembangan tersebut dapat dilakukan melalui penambahan elemen dekorasi bernuansa tradisional Jawa yang selaras dengan konsep restoran. Salah satu rekomendasi yang dapat diterapkan yaitu mengganti dekorasi cermin yang ada saat ini dengan dekorasi berbentuk wayang atau ornamen khas Jawa, serta menambahkan jendela dengan ukiran tradisional Jawa untuk memperkuat suasana dan karakter visual restoran. Pengembangan visual tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya tarik restoran dan memberikan pengalaman yang lebih khas bagi konsumen.

2) Penataan Ruang dan Kenyamanan Restoran

Penataan ruang restoran perlu dikembangkan agar memberikan kenyamanan yang lebih baik bagi konsumen, terutama saat kondisi restoran ramai. Restoran dapat melakukan pengaturan ulang posisi meja dan kursi agar ruang gerak konsumen maupun pelayan menjadi lebih nyaman. Selain itu, pengelolaan kebersihan dan kerapian restoran juga perlu dijaga secara konsisten untuk menciptakan lingkungan makan yang lebih nyaman dan menyenangkan.

3) Penyamaan Seragam Kerja Pelayan

Untuk meningkatkan profesionalisme pelayanan, Bakmi Jawa Gunungkidul disarankan menerapkan seragam kerja yang lebih seragam dan konsisten bagi seluruh karyawan. Penyamaan seragam kerja dapat membantu menciptakan identitas visual restoran yang lebih profesional sekaligus memudahkan konsumen dalam mengenali pelayan restoran. Selain itu, penggunaan seragam dengan konsep yang sesuai dengan nuansa tradisional restoran juga dapat mendukung penguatan citra dan konsep visual Bakmi Jawa Gunungkidul.

4) Penyusunan Standar Operasional Pelayanan (SOP)

Restoran disarankan untuk menyusun standar operasional pelayanan (SOP) yang lebih jelas dan terstruktur agar kualitas pelayanan yang diberikan dapat berjalan secara lebih konsisten. SOP tersebut dapat mencakup standar penyambutan konsumen, tata cara pelayanan makanan, penggunaan atribut kerja, hingga standar komunikasi pelayan terhadap konsumen. Dengan adanya SOP, kualitas pelayanan diharapkan dapat berjalan lebih terarah dan profesional.

5) Peningkatan Kualitas Pelayanan Karyawan

Bakmi Jawa Gunungkidul juga disarankan untuk melakukan pelatihan pelayanan secara berkala kepada karyawan. Pelatihan tersebut dapat difokuskan pada peningkatan kemampuan komunikasi, keramahan pelayanan, kecepatan pelayanan, serta cara menghadapi konsumen dengan baik. Dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia, pelayanan yang

diberikan kepada konsumen diharapkan dapat menjadi lebih optimal dan konsisten.

Dengan adanya rekomendasi praktis tersebut, Bakmi Jawa Gunungkidul diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan secara menyeluruh, memperkuat identitas restoran, serta menciptakan pengalaman konsumen yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan *customer satisfaction* secara berkelanjutan.

5.2.2 Implikasi Manajerial

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan restoran perlu memperhatikan keseimbangan antara kondisi fisik restoran dan kualitas interaksi pelayanan kepada konsumen. Kedua aspek tersebut menjadi bagian yang memengaruhi kenyamanan, pengalaman, serta penilaian konsumen terhadap Bakmi Jawa Gunungkidul. Dari sisi fisik restoran, pengelola dapat melakukan pembaruan pada tampilan interior, penyesuaian dekorasi bernuansa tradisional Jawa, serta pengaturan tata ruang yang lebih nyaman agar suasana restoran terlihat lebih menarik dan memiliki ciri khas yang kuat. Selain meningkatkan kenyamanan konsumen, langkah tersebut juga dapat membantu membangun identitas visual restoran.

Pada aspek pelayanan, diperlukan pengelolaan kerja yang lebih terstruktur melalui penerapan standar pelayanan, penggunaan seragam kerja yang seragam, serta peningkatan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen. Langkah tersebut dapat membantu menciptakan pelayanan yang lebih konsisten dan profesional ketika berinteraksi dengan pelanggan. Melalui pengelolaan yang lebih terarah, Bakmi Jawa Gunungkidul diharapkan dapat memperkuat kualitas layanan yang dimiliki, meningkatkan pengalaman konsumen, serta menjaga daya saing restoran di tengah perkembangan industri kuliner yang semakin kompetitif.

5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada penerapan *service quality* di Bakmi Jawa Gunungkidul melalui aspek *tangible* dan profesionalisme pelayan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan pembahasan dengan menambahkan aspek lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, seperti kualitas produk, loyalitas konsumen, *brand image*, maupun strategi pemasaran restoran. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan jumlah responden yang lebih banyak dan cakupan penelitian yang lebih luas agar memperoleh data yang lebih beragam. Penelitian pada restoran atau usaha kuliner lainnya juga dapat dilakukan sebagai bahan perbandingan untuk melihat bagaimana penerapan *service quality* dilakukan pada setiap usaha kuliner dengan karakteristik yang berbeda.

Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* agar hasil penelitian tidak hanya menggambarkan pengalaman konsumen secara mendalam, tetapi juga dapat mengukur tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara lebih terukur. Dengan demikian, penelitian mengenai *service quality* di industri kuliner diharapkan dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih luas bagi dunia akademis maupun praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyanti, Y. (2008). Validitas dan Reliabilitas Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Keperawaatan Indonesia*, 12, 137-141.
- Alshenqeeti, H. (2014). Interviewing as a Data Collection Method: A Critical Reviewa. *English Linguistics Research*, 39-45.
- Amelia, M., & Garg, A. (2016). The Frist Impression in a fine-dining restaurant. A Study of C Restaurant in Tampere, Finland. 100-111.
- Baker, T. L., Rapp, A., Meyer, T., & Mullins, R. (2014). The Role of Brand Communications on Front Line Service Employee Beliefs, Behaviors, and Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 42, 642-657.
- Boasiako, A. A., & Asante, R. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty in the Restaurant Sector. *Business Journal*, 92-102.
- Cant, M. C., & Wiid, J. A. (2020). Visual Merchandising Elements: Drivers of Retail Strategies?
- Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2006). *Strategic Marketing* (8 ed.). McGraw-Hill.
- Dole, V. S. (2011). Managing Brand for the long run: Brand Reinforcement and Revitalization. *Marketing Management*.
- Fatmawati, N. I., & Zaini, A. (2023). Pengaruh Visual Merchandising dan Display Porduk Terhadap Impluse Buying Konsumen Pada Miniso Mall Olympic Garden Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 9(1), 91-96.
- Ganiyu, R. A. (2012). Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty? *Australian Journal of Business and Management Research*, 14-20.
- Ganiyu, R. A., Uche, I. I., & Elizabeth, A. O. (2012). Is Customer Satisfaction an Indicator of Customer Loyalty? *Australian Journal of Business and Management Research*, 2, 14-20.

- Hanks, L., & Line, N. D. (2018). The Restaurant Social Servicescape: Establishing a Nomological Framework. *International Journal of Hospitality Management*, 13-21.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2016). The Impact of Service Quality, Customer Engagement and Selected Marketing Constructs on Airline Passenger Loyalty. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 21-40.
- Hasanah, H. (2016). Teknik-Teknik Observasi. *Jurnal at-Taqaddum*, 21-46.
- Indriani, F. (2006). Experiential Marketing Sebagai Suatu Strategi Dalam Menciptakan Customer Satisfaction dan Repeat Buying Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*, 3(1), 28-39.
- Jamshed, S. (2014). Qualitative Research Method Interviewing and Observation. *Journal of Basic and Clinical Pharmacy*, 87-88.
- Jamshed, S. (2014). Qualitative Research Method-Interviewing and Observation. *Journal of Basic and Clinical Pharmacy*, 87.
- Keller, K. L. (2009). Building Strong Brands in a Modern Marketing Communications Environment. *Journal of Marketing Communications*, 15, 139-155.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14 ed.). Pearson Education.
- Maymand, M. M., & Ahmadinejad, M. (2011). Impluse Buying: The Role of Store Environmental Stimulation and Situational Factors (An Empirical Investigation). *Journal of Business Management*, 5.
- Merrilees, B., Thiele, S. R., & Lye, A. (2011). Marketing capabilities: Antecedents and implications for B2B SME performance. *Industrial Marketing Management*, 368-375.

- Nurfajriani, W. V., Ilhami, M. W., Mahendra, A., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Triangulasi Data Dalam Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 826-833.
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran (JTTP)*, 2, 793-800.
- Puspita, & Jihadi. (2023). The Effect of Service Quality on Fast Food Restaurant Customer Satisfaction. *Manajemen Bisnis*, 23-31.
- Putri, H. J., & Murhayati, S. (2025). Metode Pengumpulan Data Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 13074-1086.
- Putta, S. S. (2023). The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction in Restaurant. *International Journal for Research Trends and Innovation*, 1389-1399.
- Rahayu, Y. C., Budiawan, A., & Garvera, R. (2025). Effectiveness of The Social Media of The Departement of Communication and Informatics in Providing Informationn and Education to The Community in Ciamis Regency. *Jurnal DIALEKTIKA: Jurnal Ilmu Sosial*, 469-486.
- Saadat, N., Shinwari, N., & Amjad, M. (2018). Reviewing teh Construct of Customer Loyalty: Its Measures, Determinants, and Outcomes. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 33-45.
- Saadat, N., Shinwari, N., & Amjad, M. (2018). Reviewing the Construct of Customer Loyalty: Its Measures, Determinants, and Outcomes. *Journal of Advanced Research in Business and Management Studies*, 11, 33-45.
- Sarin, R., Rana, V. S., & Mohsin, K. (2023). Handbook of Food and Beverage Management.
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*.

- Uslu, A. (2020). The Relationship of Service Quality Dimensions of Restaurant Enterprises with Satisfaction, Behavioural Intention, eWOM, and The Moderating Effect of Atmosphere. *Tourism & Management Studies*, 23-35.
- Webber, C. d., Sausen, J. O., Basso, K., & Laimer, C. G. (2017). Remodelling the retail store for better sales performance.
- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Applications: Design and Methods.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Dokumentasi Visual Restoran Bakmi Jawa Gunungkidul



Lampiran 2: Dokumentasi Karyawan Restoran Bakmi Jawa Gunungkidul



Lampiran 3: Transkrip Wawancara Karyawan Febryna

Transkrip Wawancara Karyawan 1

Waktu Wawancara : 31 Oktober 2025

Lokasi Wawancara : PT. Kaesa Indah Sejahtera

Profil Narasumber : a) Nama : Febryna Feronika
b) Jenis Kelamin : Perempuan
c) Umur : 34 Tahun
d) Jabatan : Manajer Bakmi Jawa

Gunungkidul

Hasil Wawancara :

Penulis : Selamat sore Mb Febri, terimakasih telah meluangkan waktu ditengah kesibukan Mb Febri untuk menjadi narasumber saya dalam wawancara ini, untuk memenuhi tugas akhir saya.

Narasumber : Iya sama-sama vin, aman aja ini juga lagi gak terlalu sibuk kok.

Penulis : Baik Mb ijin saya mulai untuk pertanyaan pertama. Bagaimana menurut Mb Febri memaknai brand Bakmi Jawa Gunungkidul di mata konsumen?

Narasumber : Memaknai brand Bakmi Jawa yaa.. kalau menurut saya sih brand ini dikenalnya oleh para konsumen itu sebagai sesuatu yang khas dan tradisional sih. Banyak yang datang itu memang karena kangen masakan kampung, dan sering juga konsumen itu bilang “kayak di kampung mbak, rasanya” gitu sih vin.

Penulis : Jadi kebanyakan konsumen yang datang itu dari warga asli Gunungkidul ya mb? Atau banyak konsumen yang e.. baru pertama kali tau?

Narasumber : Yaa memang ada sih orang-orang Gunungkidul yang datang sebagai konsumen, dan kebanyakan mereka datang kan juga karena kangen masakan sana. Tapi banyak juga yang

konsumen baru, dan malah lebih banyak yang konsumen baru daripada orang lokal sana sih.

Penulis : Baik mb, pertanyaan selanjutnya. Menurut Mb Febri, apa yang membedakan restoran ini dengan restoran bakmi lain? Kan banyak nih mb restoran bakmi di Jakarta, dan banyak juga yang memakai nama gunungkidul atau jogja di brand mereka.

Narasumber : Iya memang sebenarnya banyak banget yang jualan bakmi jawa, khususnya yang khas dari Gunungkidul. Tapi yang membedakan tuh kita masakunya pakai telur bebek, karena kebanyakan mereka pakainya telur ayam yah, sedangkan kalo telur ayam rasanya kurang creamy daripada pakai telur bebek, dan juga kita untuk mie nya itu buat sendiri. Jadi rasa bakmi nya itu beda sama kebanyakan bakmi jawa disini.

Penulis : Iya sih mb memang kebanyakan bakmi jawa disini sama di Gunungkidul pun pakai nya telur ayam, dan aku yang udah nyoba keduanya enak yang telur bebek. Oke mb pertanyaan ketiga, bagaimana menurut Mb Febri terkait tampilan interior kaya pencahayaan atau kebersihan restoran saat ini?

Narasumber : Kalau terkait kebersihan selalu kami jaga ya, dan itu juga termasuk prioritas utama juga dan selalu ditekankan ke karyawan, terus tadi apa? Interior ya?

Penulis : Iya mb, terkait interior kalau menurut Mb Febri bagaimana?

Narasumber : Kalau interior menurut ku sih udah oke ya, walaupun memang sederhana banget yang penting konsumen nyaman aja disini.

Penulis : Oke mb, berarti memang secara keberihan sudah sangat ditekankan kepada karyawan ya untuk selalu dijaga.

Narasumber : Iya betul sekali.

Penulis : Lanjut pertanyaan selanjutnya mb, target pasar dari Bakmi Jawa Gunungkidul ini apa ya mb? Dan kalau dari sisi elemen visual restoran apakah sudah sesuai dengan target pasar mb?

Narasumber : Kalau target pasar sih kita ngambilnya menengah ke atas ya vin, sama kalau menurut gua sih untuk visual restoran udah sesuai ya, walaupun cuma sederhana sama minimalis.

Penulis : Berarti gak perlu ada yang diganti atau ditambahkan ya mb?

Narasumber : Menurut gua sih sementara gak ada ya, tapi gak menutup kemungkinan kedepannya bakalan ada yang diganti atau diperbarui.

Penulis : Kalau misalnya dari sisi visual pelayan mb, apakah ada SOP berpenampilan atau bersikap gitu gak mb?

Narasumber : Kalau buat pelayan sih SOP tentu ada ya, tapi kita yang gak tertulis gitu lho, cuma disampaikan secara lisan aja.

Penulis : Kalau buat komunikasi pelayan ke konsumen ada mb?

Narasumber : Itu gak ada sih, ya paling cuma disuruh buat ramah tamah aja ke konsumen.

Penulis : Dari sisi pelayan SOP berpenampilan nya bagaimana mb?

Narasumber : Cara berpenampilan ya.. kita gak yang ribet atau gimana gitu sih vin, ya yang penting pakai nya celana panjang aja udah.

Penulis : Kalo seragam ada gak mb? Atau wajib bersepatu gitu?

Narasumber : Sepatu kita gak wajib sih vin, pakai sandal pun gak papa-papa, sama kalo buat seragam kita ada kaos motif batik itu, tapi ya kita gak yang terlalu ketat juga peraturannya harus selalu pakai.

Penulis : Baik mb, pertanyaan selanjutnya terkait kritik dan saran, ada gak mb kritik atau saran dari pelanggan terkait pelayanan atau suasana restoran?

Narasumber : Pernah itu vin, dulu ada konsumen yang ngasih saran buat tampilan dari pelayan nya diperbaiki, katanya biar terlihat profesional.

Penulis : Kalau boleh tau berapa kali mb pernah dapat saran seperti itu dari konsumen?

Narasumber : Yang di kasih tau ke kita sih baru sekali aja ya, tapi gak tau juga ya kalau ternyata ada lebih hahahah.

Penulis : Hahahah siap mb, kalau dari suasana restoran pernah mb?

Narasumber : Kalau itu allhamdulillah nya belum sih.

Penulis : Allhamdulillah, kalau berdasarkan saran dari konsumen tadi, Mb Febri terpikirkan ada perbaikan atau apa gitu gak mb?

Narasumber : Kalau dari pemikiran saya sih ada ya, kaya seragam harus satu model, mungkin bisa ditambah apron sama name tag.

Penulis : Itu bagus sih mb, jadi keliatan nya lebih profesional dan sesuai ama target pasarnya.

Narasumber : Betul, tapi ya semua kembali lagi ke owner tentunya.

Penulis : Iya setuju sih mb itu. Baik mb mungkin cukup segitu dulu aja untuk wawancara sore hari ini, terima kasih ya Mb Febri sudah meluangkan waktu sejenak untuk membantu saya ditengah kesibukan sampean mb.

Narasumber : Sama-sama vin aman aja.

Lampiran 4: Transkrip Wawancara Karyawan Zinka

Transkrip Wawancara Karyawan 2

Waktu Wawancara : 31 Oktober 2025

Lokasi Wawancara : PT. Kaesa Indah Sejahtera

Profil Narasumber : a) Nama : Zinka Aulia Raenissa
b) Jenis Kelamin : Perempuan
c) Jabatan : Karyawan

Hasil Wawancara :

Penulis : Sore Mb Zinka, terima kasih sudah memberikan saya waktu untuk mewawancari anda untuk melengkapi tugas akhir saya.

Narasumber : Sore vin, oke siap.

Penulis : Baik langsung aja mb untuk pertanyaan yang pertama. Menurut Mb Zinka Brand Bakmi Jawa Gunungkidul ini dimata konsumen bagaimana mb?

Narasumber : Kalau yang aku denger sih kebanyakan konsumen kesini karena itu, apa namanya, karena mereka lihat kita sebagai tempat makan khas Jawa. Ya kalau dilihat dari menu kita juga gak cuma ada Bakmi Jawa, jadi nya ya banyak pilihan kalau disini.

Penulis : Selain Bakmi Jawa ada apa aja mb disini?

Narasumber : Ya banyak, ada nasi godog, nasi goreng, pecel, ayam goreng, banyak lah pokoknya.

Penulis : Saking banyak nya sampe gak inget ya mb hahaha. Lalu kira-kira apa ya mb yang membuat Bakmi Jawa disini beda sama yang lain?

Narasumber : Yang bikin beda itu kita pakenya telur bebek ya, sama mie nya kita buat sendiri. Kalo tempat lain kan kebanyakan mie nya masih beli di grosir sama telurnya masih pakai telur ayam.

Penulis : Perbedaan telur itu sangat ngaruh ya mb ke rasanya?

Narasumber : Iyo vin, kalau pakai telur bebek itu rasanya lebih creamy dari pada pake telur ayam.

Penulis : Untuk harga otomatis lebih mahal ya mb?

Narasumber : Yo jelas itu mah, kita disini harga mulai 35rb karena pakai telur bebek, dan sampe sekarang sih belum ada yang komplain ya hahahah.

Penulis : Allhamdulillah kalau belum ada ya mb hahaha. Lanjut pertanyaan selanjutnya, kalau menurut Mb Zinka interior dari restoran bagaimana mb?

Narasumber : Kalau menurut saya masih terlalu polos vin, dan aku juga kadang bingung makna dari ditempel nya kaca yang gede di dinding itu buat apa hahaha.

Penulis : Kaca itu sudah terpasang dari awal berdiri mb? Atau masih baru?

Narasumber : Kurang tau juga ya, tapi pas aku awal kerja disini itu sudah ada.

Penulis : Ohh berarti udah lama ya mb. Kalau menurut Mb Zinka bagian interior yang perlu diubah apa mb? Untuk memperindah visual dari restoran.

Narasumber : Kalau dari aku itu jelas ya vin, kaca gede itu diilangin, terus diganti pakai dekorasi yang lain, karena menurut gua itu ganggu banget di mata.

Penulis : Ada bayangan gak mb mau diganti dekorasi apa gitu?

Narasumber : Emm.. mungkin kaya yang di cabang BSD tuh diganti dekorasi jendela khas Jawa yang diukir-ukir itu bagus.

Penulis : Hmm ya itu bagus sih mb, jadi sesuai juga sama suasana seharusnya di restoran makanan tradisional.

Narasumber : Nahhh itu makanya hahaha.

Penulis : Next question ya mb. Di Bakmi Jawa Gunungkidul ini ada SOP terkait penampilan, sikap, atau cara melayani gitu gak mb?

Narasumber : SOP tentu ada dong, cuma kalau di kita itu ga, ga secara tertulis. Jadi ya langsung diungkapin aja gitu aturan mainnya gimana.

Penulis : Kalau terkait penampilan itu bagaimana mb SOP nya?

Narasumber : Kalau penampilan itu kita ya paling Cuma pakai kaos yang seragam sama celana panjang aja udah, yang penting rapi aja.

Penulis : Kalau SOP untuk service konsumen mb?

Narasumber : Ya kalau itu yang penting sopan ama ramah tamah aja sih, dan gak salah anter makanan hahaha.

Penulis : Berarti bener-bener gak ada SOP yang tertulis ya mb?

Narasumber : Gak ada vin, semua serba fleksibel disini mah hahah, dari awal udah ditekenin juga sama Mb Febry disuruh ramah sama sopan ke pelanggan.

Penulis : Oke mb siap, lalu di Bakmi Jawa Gunungkidul ini pernah dapat kritik atau saran gitu gak mb dari konsumen? Terkait pelayanan atau kondisi restoran.

Narasumber : Pernah sih itu, ada yang komplain terkait tampilannya yang katanya sih gak enak dipandang.

Penulis : Waduh, tapi itu kondisi karyawan pakai pakaian yang sudah sesuai kan mb?

Narasumber : Ya udah sih menurutku, itu emang konsumen nya aja.

Penulis : Kalau dari sisi makanan pernah mb?

Narasumber : Kalau makanan sering itu pin, ada yang pernah komplain katanya kurang berasa arengnya lah, kurang asin lah, banyak lah kalau terkait makanan.

Penulis : Iya sih mb, kayak udah makanan sehari-hari anak f&b.

Narasumber : Nahh itu tau luu.

Penulis : Yakan bertanya mb hahaha. Kalau menurut Mb Zinka dari saran dan kritik itu ada bayangan gak mb untuk memperbaiki nya gimana?

Narasumber : Ya kalau dari aku sih lebih ditekenin lagi sih terkait profesionalitas dalam pakaian ya yang pernah dikritik, entah harus seragam semua atau gimana. Terus kalau terkait makanan ya itu kembali ke konsumen lagi harus menyampaikan selera mereka gimana, soalnya koki masak sudah sesuai takaran atau resep juga.

Penulis : Oke mb, mungkin cukup segitu aja dulu, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk diwawancara.

Narasumber : Siap pin sama-sama.

Lampiran 5: Transkrip Wawancara Karyawan Qanita

Transkrip Wawancara Karyawan 3

Waktu Wawancara : 31 Oktober 2025

Lokasi Wawancara : PT. Kaesa Indah Sejahtera

Profil Narasumber : a) Nama : Qanita Qalby Suidayani

b) Jenis Kelamin : Perempuan

c) Jabatan : Karyawan

Hasil Wawancara :

Penulis : Selamat sore menjelang malam Mb Qanita, sebelumnya terima kasih ya sudah meluangkan waktu untuk saya wawancara.

Narasumber : Iya pin sore.

Penulis : Baik Mb Qanita langsung ke pertanyaan pertama ya. Menurut Mb Qanita nih memaknai brand Bakmi Jawa Gunungkidul di mata konsumen itu gimana mb?

Narasumber : Memaknai gimana tuh maksudnya pin?

Penulis : Ya kaya cara konsumen memandang Bakmi Jawa Gunungkidul itu seperti apa gitu mb. Makanan tradisional, atau brand yang punya ciri khas tersendiri.

Narasumber : Oh kalau itu kebanyakan sih pelanggan tuh pandang kita itu kaya makanan rumahan gitu yak, dan khas banget sama jawa-jawa nya.

Penulis : Jawa-jawa gimana tu maksudnya? Hahahah.

Narasumber : Ya kan ada nama Bakmi Jawa itu makanya pada menilai ini tempat makan khas Jawa banget, lu juga udah tau sendiri lah pin.

Penulis : Oke-oke mb hahaha. Terus kalau yang membedakan disini sama tempat Bakmi Jawa yang lain itu apa mb? Kan banyak tuh Bakmi Jawa, bahkan di daerah sini aja ada tiga termasuk kita.

Narasumber : Pembeda yaa..Jujur gua belum pernah ke tempat bakmi yang lain sih, tapi mungkin yak yang membedakan tuh kita mie nya bikin sendiri, sama pake telur bebek itu sih keknya yang bikin beda.

Penulis : Kalau selain dari bahan-bahan dasar mungkin ada yang lain gak mb?

Narasumber : Yang lain yak, apa ya, paling ya tempat nya lebih luas sama kita menu nya disini ada banyak.

Penulis : Saya tadi kesana liat ada bakso juga ya mb?

Narasumber : Iyah itu, ada bakso kita, bahkan itu bakso khas Gunungkidul. Mungkin itu sih yang bikin beda sama yang lain, kalo yang lain kan cuma bener-bener bakmi aja ya.

Penulis : Hmm iya sih mb. Kalau dari sisi interior outlet menurut Mb Qonita ada pendapat gak mb? Dari sisi visual atau kebersihan gitu.

Narasumber : Kalo aku jujur agak risih ya sama kebersihan dapur, itu aku liat nya sumpek banyak barang, sempit juga.

Penulis : Kalau dari tempat utama atau tempat makan bagaimana mb?

Narasumber : Tempat makan paling cuma kaca besar itu sih, ganggu banget. Sebenarnya enak sih jadi bisa ngaca, tapi ya kek buat apa juga gitu lho.

Penulis : Ya mb paham saya hahaha. Terus kira-kira ada saran perubahan atau perbaikan gak mb terkait beberapa titik di restoran yang tadi Mb Qonita merasa risih atau kurang?

Narasumber : Kalau dari aku ya sering-sering dibersihin aja itu dapur, takutnya ada pelanggan yang tiba-tiba nyamper ke dapur terus liat kondisinya kaya gitu pasti bakal jijik gitu.

Penulis : Untuk yang di interior mb?

Narasumber : Buat mah paling yang kaca nya itu dilepas diganti dekorasi khas-khas Jawa gitu atau yang mencerminkan Gunungkidul banget.

Penulis : Oke mb, kalau dari sisi tampilan pelayan ada keluhan kesah gak mb?

Narasumber : Kalau tampilan pelayan yaa...gak ada sih, paling cuma yang penting rapi sama seragam udah. Walaupun gak semua seragam tapi setidaknya warna yang dipakai sama semua.

Penulis : Dari sisi pelayanan nya mb, ada gak kira-kira yang dirasa kurang?

Narasumber : Gak ada sih ya, menurut gua udah cukup sih.

Penulis : Untuk pelayan atau koki disini saat pertama kali masuk apakah ada pelatihan mb?

Narasumber : Pelatihan kita gak ada sih, kecuali koki ya. Tapi koki pun ya paling cuma diajarin sehari doang dah jadi.

Penulis : Baik mb. Pertanyaan selanjutnya itu terkait pemasaran mb. Kalau di Bakmi Jawa Gunungkidul ini pemasaran nya bagaimana ya?

Narasumber : Pemasaran mah kita biasanya di Instagram ya, tiap pagi itu buat story udah open, kadang juga hari jumat kita ada jumat berkah.

Penulis : Selain media sosial ada yang lain gak mb metode pemasarannya?

Narasumber : Yang lain... kayanya gak yak, kita tuh malah lebih mulut ke mulut sih.

Penulis : Berarti cuma dua ya mb, medsos sama mulut ke mulut.

Narasumber : Iyess.

Penulis : Pertanyaan selanjutnya mb, apakah pernah dapet kritik dan saran dari konsumen?

Narasumber : Itu udah pasti ada lah, yaa kebanyakan komplain terkait makanan nya keasinan lah, kepedesan lah, yaa komplain-klompain standar aja sih.

Penulis : Kalau terkait visualisasi restoran pernah gak mb ada kritik atau saran gitu?

Narasumber : Sejauh ini belum ada ya, kebanyakan cuma komplain sama masakannya aja.

Penulis : Berarti aman ya mb. Oke Mb Qonita mungkin segitu aja dulu untuk wawancara pada sore hari ini, terima kasih telah menyempatkan waktunya ya.

Narasumber : Oke.

Lampiran 6: Transkrip Wawancara Konsumen Darto

Transkrip Wawancara Konumen 1

Waktu Wawancara : 1 November 2025

Lokasi Wawancara : Bakmi Jawa Gunungkidul

Profil Narasumber : a) Nama : Bpk Darto
b) Jenis Kelamin : Laki-laki
c) Umur : 44 tahun

Hasil Wawancara :

Penulis : Selamat siang pak, sebelumnya mohon maaf mengganggu waktunya. Perkenalkan nama saya Avin, mahasiswa semester 7 dari UII yang sedang mencari data wawancara dari pelanggan Bakmi Jawa Gunungkidul, dan saya ucapkan terima kasih juga atas ketersediaannya ya pak.

Narasumber : Iya mas gpp.

Penulis : Baik pak, kalau boleh tau bapak atas nama bapak siapa ya?

Narasumber : Darto mas

Penulis : Baik Pak Darto, biar tidak terlalu memakan waktu, saya langsung mulai njih. Pak Darto awal tahu Bakmi Jawa Gunungkidul ini dari mana pak?

Narasumber : Awal saya kesini tuh diajakin temen kantor mas, karena pas itu kan baru pertama kali buka, terus diajak lah kesini buat nyoba.

Penulis : Pak Darto kantor nya dideket sini pak?

Narasumber : Iya mas, itu di deket sahid, samping kanan nya kalau dari sini.

Penulis : Owalah, kalau boleh tau kesan pertama bapak kesini bagaimana pak?

Narasumber : Apa ya...bersih sih tempatnya, makanannya juga enak cocok.

Penulis : Dari sisi visual restoran bagaimana pak?

Narasumber : Bagus, khas Jawa banget.

Penulis : Berarti menurut Pak Darto untuk visual nya sendiri sudah cocok ya pak dengan nama Bakmi Jawa Gunungkidul.

Narasumber : Sudah sih mas.

Penulis : Ini kunjungan Pak Darto ke berapa disini kalau boleh tau?

Narasumber : Berapa ya mas..jujur saya lupa, ada kali 5 lebih.

Penulis : Berarti sangat sering kesini ya pak?

Narasumber : Ya bisa dibilang begitu sih mas.

Penulis : Baik pak, menurut bapak tampilan restoran ini mempengaruhi kunjungan bapak kesini gak?

Narasumber : i..iya mas, soalnya siapa juga to yang mau pertama kali ketempat yang diliatnya kaya gak menyakinkan, kecuali kalau udah nyoba makanan nya dan ternyata cocok, nah itu biasanya udah gak peduli bentukan tempatnya kaya apa, yang penting enak aja udah.

Penulis : Berarti untuk Pak Darto sangat mempengaruhi ya pak?

Narasumber : Betul sangat.

Penulis : Baik pak, terus ini kan untuk target pasar Bakmi Jawa Gunungkidul di kelas menengah ke atas. Kalau pendapat bapak apakah secara visual sudah mencerminkan atau sesuai belum pak? Entah itu dari sisi interior atau pelayan.

Narasumber : Oh iya kah target menengah ke atas?

Penulis : Katanya sih seperti itu pak.

Narasumber : Kalau menengah ke atas menurut saya belum sih mas, tapi kalau menengah ke bawah saya rasa udah cukup sih.

Penulis : Berarti untuk target ke atas masih kurang ya pak. Menurut bpk apa yang kurang?

Narasumber : Menurut saya sih tempat nya mas, masih terlalu biasa kalau buat kalangan atas.

Penulis : Contohnya pak?

Narasumber : Contohnya apa yaa..banyak sih mas susah istilahnya apa, yang penting masih kurang aja.

Penulis : Hmm...iya baik pak. Kalau dari sisi pelayan untuk keramahan dan sikap nya bagaimana pak?

Narasumber : Tadi sih ramah ya, sopan-sopan juga.

Penulis : Kalau dari sisi tampilan bagaimana pak? Sudah sesuai atau belum menurut bpk?

Narasumber : Kalau dilihat-lihat seadanya aja ya pakaiannya itu, enggak yang terlalu gimana-gimana juga. Justru itu salah satunya menurut saya yang kurang kalau mau keatas.

Penulis : Oh berarti dari sisi visual pelayan juga ya pak, ada saran tidak pak kira-kira buat tampilan pelayan?

Narasumber : Yaa..paling dibikin seragam aja sih, sama pake sepatu biar lebih keliatan profesional juga.

Penulis : Oke pak, diterima sarannya. Lalu tadi untuk pelayanan nya cepat gak pak?

Narasumber : Ya normal lah mas, soalnya juga lagi rame-rame nya ini tadi.

Penulis : Berarti gak ada komplain ya pak terkait pelayanan?

Narasumber : Gak ada mas, aman kok kalo pelayanan.

Penulis : Oke pak. Terus tadi kan bapak sempet bilang sudah sering kesini, sampai udah lupa juga berapa kali kesini. Kira-kira alasan bapak untuk selalu kembali kesini untuk makan lagi itu apa pak?

Narasumber : Alasan saya balik kesini lagi tuh simpel sih mas, enak rasanya, apalagi kalau kondisi lagi gak enak badan pesen bakmi godog buat angetin badan.

Penulis : Berarti dari sisi makanan ya Pak Darto kesini lagi, berarti udah cocok banget itu ya pak untuk rasa makanan nya?

Narasumber : Iya mas enak, di lidah cocok hahaha.

Penulis : Baik-baik siap pak. Kira-kira ada saran atau kritik tidak pak untuk Bakmi Jawa Gunungkidul?

Narasumber : Saran ya..harga nya jangan mahal-mahal mas hahahahah.

Penulis : Waduh, kalau itu kayanya susah sih pak hahahah.

Narasumber : Ya siapa tau kan kalau lebih murah bakal lebih rame lagi.

Penulis : Kalau itu udah jelas sih, tapi dari sisi bersih kotornya itu kita gak tau hahaha.

Penulis : Baik pak, mungkin cukup hanya segitu saja, saya bener-bener terima kasih bapak mau meluangkan waktu untuk saya wawancara dan ini sangat membantu saya.

Narasumber : Gakpapa mas, saya juga pernah diposisi kamu jadi tau susah nya cari orang buat diwawancara.

Penulis : Hahaha baik siap, terima kasih Pak Darto.

Lampiran 7: Transkrip Wawancara Konsumen Ardiansyah

Transkrip Wawancara Konsumen 2

Waktu Wawancara : 1 November 2025

Lokasi Wawancara : Bakmi Jawa Gunungkidul

Profil Narasumber : a) Nama : Ardiansyah
b) Jenis Kelamin : Laki-laki
c) Umur : 21 tahun

Hasil Wawancara :

Penulis : Selamat sore Mas Ryan, sebelumnya perkenalkan nama saya Avin mahasiswa dari UII. Saya minta ijin untuk

melakukan wawancara ya mas untuk data tugas akhir saya, dan terima kasih juga telah mau meluangkan waktu.

Narasumber : Iya aman aja mas.

Penulis : Baik Mas Ryan, biar gak terlalu lama langsung saja ya.

Narasumber : Boleh mas.

Penulis : Mas Ryan pertama kali tahu Bakmi Jawa Gunungkidul dari mana mas kalau boleh tau?

Narasumber : Saya tau bakmi ini dari temen kampus mas, pas nyari makan malem pulang kampus.

Penulis : Untuk kesan pertama nya pas datang kesini pertama kali apa mas?

Narasumber : Jujur pertama kali masuk tuh saya ngerasa tempatnya sempit sih mas, kaya rengket banget lah, sama keramik nya desain nya gak enak diliat.

Penulis : Berarti dari sisi luas ruangan ya mas, sama dari desain keramik.

Narasumber : Iya mas, karena saya kebutalan juga dari jurusan arsitek.

Penulis : Waduh pas banget ini mas, soalnya ini tugas akhir saya terkait visualisasi restoran ini mas.

Narasumber : Wahh rejeki masnya ini hahaha.

Penulis : Allhamdulillah mas hahah.

Penulis : Lanjut ya mas, kalau boleh tau ini kunjungan ke berapa mas?

Narasumber : Berapa ya, kedua ini kayaknya mas, soalnya cocok sama lidah saya.

Penulis : Berarti sangat cocok ya mas dari sisi makanan.

Narasumber : Iya cocok banget.

Penulis : Oke mas, terus kalau dari tampilan restoran, apakah itu mempengaruhi keputusan Mas Ryan buat makan disini?

Narasumber : Eeemm... iya dan nggak sih mas. Jujur kalau tampilan restoran cuma ya gitu-gitu aja, biasa banget. Tapi pas pertama kali kesini ternyata makanan nya enak, ya kesini lagi gitu.

Penulis : Berarti Mas Ryan kembali lagi kesini lagi juga karena makanan nya mas.

Narasumber : Betul mas.

Penulis : Kalau soal desain interior menurut Mas Ryan sudah nyaman dan menarik belum?

Narasumber : Kalau nyaman sih nyaman nyaman aja ya, tapi kalau terkait menarik atau enggak nya belum sih mas. Dekorasi nya kaya kurang aja gitu, harusnya ada beberapa sisi yang bisa di kembangkan.

Penulis : Baik mas, berarti dari sisi interior masih kurang ya. Terus ini kan target pasarnya Bakmi Jawa ini menengah ke atas ya mas, kalau dari sisi visual menurut Mas Ryan sudah menyasar atau sesuai belum mas?

Narasumber : Kalau buat target pasar itu menurut belum saya belum cocok mas. Harusnya tampilannya lebih modern dikit, atau minimal lebih rapi dan cerah. Sekarang tuh masih kayak warung bakmi khas aja, bukan restoran middle-up.

Penulis : Mungkin lebih tepat nya masih seperti restoran tradisional biasa ya mas.

Narasumber : Iya mas.

Penulis : Oke mas, kalau tadi kan terkait visual ya, sekarang kalau menurut Mas Ryan untuk pelayanan nya bagaimana mas? Berdasarkan pengalaman Mas Ryan selama berkunjung kesini.

Narasumber : Kalau secara pelayanan oke sih mas, ramah-ramah kok.

Penulis : Berarti gak ada masalah ya mas terkait pelayanan?

- Narasumber : Sejauh ini gak ada sih, aman kok mas. Paling ya cuma lama aja, tapi masih dalam batas bisa ditolerir lah karena lagi rame juga.
- Penulis : Oke mas, tadikan terkait visual restorannya nih, kalau sekarang berdasarkan visual dari pelayan nya menurut Mas Ryan bagaimana?
- Narasumber : Kalau secara visual oke lah mas, tapi ya sama kaya yang awal pas kita bahas terkait restoran tadi, ada beberapa hal yang harus nya bisa lebih baik.
- Penulis : Kalau boleh tau bagian apa mas?
- Narasumber : Ya menurut saya sih harusnya seragam atau pakaian tuh sama semua ya, jadinya keliatan lebih rapi. Kalau pakaian nya sama semua, terus pakai sepatu itu kan jadi enak dilihat juga to mas.
- Penulis : Betul banget sih mas, oke mas yang terakhir. Ini tadi kan Mas Ryan bener-bener sangat banyak untuk kritik nya ya buat kita saya sendiri juga kaget, oleh karena itu apa saran Mas Ryan supaya Bakmi Jawa Gunungkidul ini lebih menarik dan berkesan mas?
- Narasumber : Yaa itu tadi mas sudah saya sebutkan, seperti dekorasi diperbaiki biar lebih modern, terus juga dari sisi pelayan ada seragam yang harus kompak ama rapi, sama kalau bisa buat tempat nya itu tipe yang bikin pengen foto-foto gitu mas hahahah. Ya mungkin itu aja sih, saya juga gak tau lagi apa mas.
- Penulis : Oke Mas Ryan, jujur sejauh ini wawancara ini yang paling berkesan dan sangat-sangat apa ya tercerahkan lah ibaratnya.
- Narasumber : Ahh gak lah, cuma biasa aja kok.
- Penulis : Beneran mas hahahah. Oke Mas Ryan mungkin cukup sampai sini saya untuk wawancaranya, saya ucapkan terima

kasih ya mas sudah meluangkan waktunya, dan mohon maaf juga malah mengganggu waktu santai nya.

Lampiran 8: Transkrip Wawancara Konsumen Rico

Transkrip Wawancara Konsumen 3

Waktu Wawancara : 1 November 2025

Lokasi Wawancara : Bakmi Jawa Gunungkidul

Profil Narasumber : a) Nama : Rico Daniel

b) Jenis Kelamin : Laki-laki

c) Umur : 32 tahun

Hasil Wawancara :

Penulis : Selamat malam mas Rico, sebelumnya terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk saya waawancara. Perkenalkan nama saya Avin mahasiswa dari UII dimana saat ini sedang mengerjakan tugas akhir terkait Bakmi Jawa Gunungkidul, dan memerlukan data wawancara mas, jadi saya minta ijin untuk melakukan wawancara njih.

Narasumber : Iya mas.

Penulis : Mungkin langsung saja pertanyaan pertama ya mas, biar tidak terlalu lama.

Narasumber : Boleh mas.

Penulis : Oke mas, Kalau tau Mas Rico awal tau Bakmi Jawa Gunungkidul ini darimana mas?

Narasumber : Saya tau Bakmi Jawa ini dari temen mas.

Penulis : Terus kesan pertama pas pertama kali kesini bagaimana mas? Kaya dari sisi tampilan, suasana, atau kebersihannya mas.

Narasumber : Pas awal kesini tuh jujur ya biasa aja sih mas, standar nya tempat makan yang lain lah.

Penulis : Kalau secara kebersihan mas?

Narasumber : Kalau kebersihan ya cukup bersih sih.

Penulis : Berarti secara kenyamanan sudah cukup ya mas?

Narasumber : Sudah mas.

Penulis : Kalau boleh tau ini kunjungan pertama atau sudah pernah kesini sebelumnya mas?

Narasumber : Ini yang kedua kali mas.

Penulis : Kedua kalinya ya mas, kalau boleh tau nih mas, ini juga masih nyambung sama pertanyaan sebelumnya. Secara visual restoran apakah mempengaruhi keputusan Mas Rico buat makan disini?

Narasumber : Gak terlalu sih mas. Kalau saya lewat dan lihat cuma dari luar, mungkin saya nggak langsung tertarik. Tapi karena teman yang ngasih saran dan bilang enak, ya saya ikut nyobain. Jadi ya tampilannya tuh nggak jelek, cuma ya kurang menarik kalau buat saya.

Penulis : Kalau dari desain interior dan tata ruang, menurut Mas Rico sudah nyaman belum?

Narasumber : Kalau saya nyaman-nyaman aja sih. Jujur saya juga gak terlalu peduli juga ama visual-visual, yang penting makanan nya enak dan cocok ama lidah saya.

Penulis : Baik mas, next untuk pelayanan nya mas. Bagaimana pelayanan yang Mas Rico rasakan selama ini? Mengingat kan Mas Rico sudah dua kali kesini.

Narasumber : Ramah kok mas, pas awal kesini mereka juga cepat tanggap kalau kita tanya-tanya terkait menu, karena menu-menu nya masih awam buat saya makanya saya banyak tanya pas awal dateng.

Penulis : Berarti kunjungan ke dua kalinya juga masih sama ya mas?

Narasumber : Masih sama kok mas.

Penulis : Kalau dari sisi penampilan pelayan bagaimana mas?

Narasumber : Ya oke-oke aja sih mas, simpel sama rapi.

Penulis : Tapi kalau menurut Mas Rico sendiri terkait penampilan pelayan kaya seragam, sepatu, dll itu penting gak mas?

Narasumber : Menurut saya penting sih mas, lagian siapa juga mau makan ditempat orang compang-camping juga kan ya mas.

Penulis : Setuju sih mas, oke mas yang terakhir. Kira-kira ada saran gak mas untuk Bakmi Jawa Gunungkidul biar bisa lebih menarik dan berkesan untuk pelanggan mas?

Narasumber : Gak ada sih mas, menurut saya sudah oke dan nyaman-nyaman aja.

Penulis : Berarti gak keluhan ya mas?

Narasumber : Gak ada mas aman.

Penulis : Oke mas, mungkin sampai sini saja wawancara nya, terima kasih telah menyempatkan waktu menjadi narasumber saya ya mas. Mohon maaf juga mengganggu waktu santai nya.

Narasumber : Oke mas.