

Analisa Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Metode Servqual di Restoran Geprek Kak Rose Malang

Albertus Gantur¹, Wahyu Mushollaeni², Lorine Tantalu³

^{1, 2, 3}Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang, Indonesia.

Email: Bertigantur@gmail.com

Article History

Received: 02-10-2024

Revision: 13-10-2024

Accepted: 13-10-2024

Published: 15-10-2024

Abstract. A restaurant is a business venture that provides food and drinks for sale to customers. The word restaurant encompasses a range of food service operations. This term comes from the French word "restaurant" which means restore of energy. Service quality is the overall difference between consumer expectations and consumer perceptions of the service experience. Consumer satisfaction is a consumer's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing the product's performance with the consumer's expectations. The population used in this research is all consumers who have visited Geprek Kak Rose. The technique used in determining the sample was Non-Probabilistic Sampling with the Accidental Sampling method. Respondents were analyzed based on gender, occupation, income, intensity of arrival, cost of one meal, geprek kak rose information and purpose of visit. Respondents were analyzed based on gender, occupation, income, intensity of arrival, cost of one meal, geprek kak rose information and purpose of visit.

Keywords: Restaurants, Business Enterprises, Goods and Services, Customer Satisfaction, Service Quality.

Abstrak Restoran adalah usaha bisnis yang menyediakan makanan dan minuman untuk dijual kepada pelanggan. Kata restoran mencakup serangkaian operasi jasa makanan. Istilah ini berasal dari kata Perancis "restaurant" yang berarti restore of energy atau pemulihan tenaga. Kualitas layanan adalah perbedaan keseluruhan antara harapan konsumen dan persepsi konsumen tentang pengalaman layanan. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dari seseorang konsumen yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk dengan harapan yang diinginkan oleh konsumen. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu semua konsumen yang pernah mengunjungi Geprek Kak Rose. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu *Non Probabilistic Sampling* dengan metode *Accidental Sampling* Responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, intensitas kedatangan, biaya sekali makan, informasi geprek kak rose dan tujuan berkunjung. Responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, intensitas kedatangan, biaya sekali makan, informasi geprek kak rose dan tujuan berkunjung.

Kata Kunci: Restoran, Badan Usaha, Barang dan Jasa, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan.

How to Cite: Gantur et al. (2024). Analisa Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Metode Servqual di Restoran Geprek Kak Rose Malang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (5), 2208-2227. 2152. [10.54373/ifiieb.v4i5.1937](https://doi.org/10.54373/ifiieb.v4i5.1937)

PENDAHULUAN

Persaingan di era globalisasi dan informasi baik untuk para pelaku usaha di bidang makanan (restoran) yang ingin berkembang dan ada terus di pasar harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya, disamping barang dan jasa yang bermutu baik, harga yang lebih murah, serta penyerahan barang atau jasa yang lebih cepat dibandingkan dengan pesaingnya. Setiap perusahaan yang bergerak dibidang makanan harus memenuhi standar pelayanan yang berkualitas dan memenuhi keinginan konsumen. Semua perusahaan menginginkan tercapainya tujuan dan keberhasilan untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat (Widia, 2019). Hal ini dilakukan dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan mereka akan membeli ulang dan memberitahu orang lain mengenai pengalaman baik dengan produk tersebut.

Kualitas mempunyai dampak langsung terhadap prestasi produk atau jasa dan kepuasan konsumen atau pelanggan, sehingga semakin puas konsumen atau pelanggan maka kualitas pelayanan pada suatu perusahaan akan semakin baik pula atau berkualitas. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan. Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Apabila kinerja lebih kecil dari harapan konsumen akan merasakan tidak puas. Apabila kinerja sama dengan harapan konsumen akan merasakan puas.

Geprek kak rose merupakan salah satu tempat kuliner yang menyajikan varian menu geprek dan sambal yang cukup digemari. Geprek kak rose beralamat di Jl. Summersari No.2D Kota Malang, sistem pelayanan yang ramah terhadap konsumen. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan adalah menyapa pelanggan, membantu memilihkan menu dan membantu mendeskripsikan menu yang ditawarkan. Proses pencapaian suatu pelayanan yang baik dapat dilakukan dengan cara para pelayanan berperilaku sopan dan perhatian saat melayani konsumen, disiplin waktu dalam menuhi kebutuhan kosumen dan mengenali konsumen dnegan mengetahui target konsumen tentang kebutuhan konsumen Restoran yang baik harus memiliki fasilitas dasar yang diperlukan dalam operasional sebuah restoran (Sumarsono, 2015).

METODE

Tempat Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Geprek Kak Rose cabang Summersari yang berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur. Penelitian ini berlangsung sejak Maret sampai Juli 2024. Pengolahan data dilakukan di Laboratorium Manajemen Agroindustri, Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang.

Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah instrument penelitian yang berupa daftar pertanyaan. Penyebaran kuesioner ini dilakukan untuk mendapatkan informasi yang akurat dari responden.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab untuk memperoleh informasi mengenai data yang dibutuhkan

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data sekunder. Data-data sekunder yang mendukung penelitian dipelajari dan dilakukan pencatatan dan dijadikan sebagai referensi dalam penelitian.

Penentuan Sampel Penelitian

Penentuan Sampel adalah suatu proses yang digunakan untuk memilih atau menentukan sampel pada sebuah populasi. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu semua konsumen yang pernah mengunjungi Geprek Kak Rose. Teknik yang digunakan dalam menentukan sampel yaitu *Non Probabilistic Sampling* dengan metode *Accidental Sampling*.

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Hasil wawancara langsung dengan pihak Geprek Kak Rose jumlah pengunjung Geprek Kak Rose rata rata sebanyak 100 orang dalam empat minggu terakhir ini. Sehingga didapatkan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 orang . Perhitungan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

E = Nilai Error

Pada penelitian ini menggunakan nilai error sebesar 5% sehingga bernilai 0,05. Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,05)^2} = 80$$

Hasil perhitungam solvin jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 80 orang. Kuesioner akan disebarkan dalam jangka waktu sampai mencapai 80 responden.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas diperlukan untuk mengkaji keabsahan alat ukur atau pertanyaan dalam menilai apa yang seharusnya diukur atau mengkaji ketepatan soal tes sebagai alat ukur (Sudjana, 2004). Untuk melakukan olah data statistik validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dengan rumus *person product Momen* dituliskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan

r : Nilai koefesien korelasi

X : Nilai skor pertanyaan

Y : Total nilai skor pada seluruh pertanyaan

XY : Skor tiap atribut dikalikan skor total

N : Jumlah total

Analisa Data

Analisis data merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis dan memgolah data. Pengolahan dan interpretasi data pada penelitian ini menggunakan metode servqual dan diagram kartesius.

Diagram Kartesius

Menurut Supranto (2006), untuk menentukan urutan prioritas pembenahan mutu pelayanan dilakukan dengan cara membuat diagram kartesius yang berfungsi untuk memetakan nilai skor rata-rata kinerja. Sumbu datar (X) diisi oleh skor tingkat persepsi pelanggan, sedangkan sumbu tegak (Y) diisi oleh skor tingkat kepentingan atau harapan pelanggan.

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Menunjukan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen termasuk unsur jasa yang dianggap sangat penting namun pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai keinginan konsumen sehingga konsumen merasa belum puas.

2. Kuadran II (Pertahankan prestasi)

Kuadran II telah menunjukan faktor-faktor yang dianggap penting yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan untuk itu wajib di pertahankan

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III menunjukan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian yang lebih pada faktor-faktor tersebut

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menunjukan faktor yang memiliki tingkat kepentingan rendah namun perusahaan sudah berhasil melaksanakan kinerjanya dengan sangat baik sehingga atribut memiliki tingkat kinerja yang tinggi, yang berarti konsumen merasa sangat puas terhadap kinerja atribut pada kuadran ini

HASIL

Karakteristik Responden

Konsumen yang di pilih sebagai responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi makanan atau minuman di Geprek Kak Rpse. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden. Responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, intensitas kedatangan, biaya sekali makan, informasi geprek kak rose dan tujuan berkunjung. Data lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Berdasarkan data yang di dapat dari responden, didapatkan usia responden mayoritas berada di umur 20-25 Tahun sebanyak 58 responden (72,50%), Usia 26-30 sebanyak 16 responden (20%). Usia 31-35 Tahun sebanyak 4 Responden (5%) dan usia 36-40 Tahun sebanyak 2 responden (2,5%).

Tabel 1. Karaktersitik Responden

Karakteristik	Kelompok	Jumlah	Presentase
Usia	Usia 20-25 Tahun	58	72,50%
	Usia 26-30 Tahun	16	20%
	Usia 31-35 Tahun	4	5%
	Usia 36-40 Tahun	2	2,50%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	38	47,50%
	Perempian	42	52,50%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	52	65%
	Pegawai swasta	19	19,00%
	Pegawai Negeri	1	1,30%
	Wirusaha	8	10%
Pendapatan	<1.000.000	40	50%
	1.000.001-2.000.000	17	21,30%
	2.000.00-3.000.000	9	11,30%
	>3.000.001	14	17,50%
Jumlah kunjungan dalam 3 bulan terakhir	1 Kali	2	2,50%
	2 Kali	14	17,50%
	3 Kali	31	38,80%
	>3 Kali	33	41,30%
Uang yang dikeluarkan saat berkunjung	<50.000	46	57,50%
	50.001-100.000	11	13,80%
	>100.000	23	28,70%
Informasi geprek kak rose	Informasi teman	46	57,50%
	media sosial	25	31,30%
	lainnya	9	11,30%
Tujuan berkunjung	santai	3	3,80%
	makan dan minum	77	96,30%

Tingkat frekuensi berkunjung konsumen pada 3 bulan terakhir diketahui bahwa sebagai besar konsuymen tekah mengunjungi rumah makan Geprek Kak Rose sebanyak >3 kali dengan jumlah responden sebanyak 33 responden (41,3%), hal ini dapat dikatakan bahwa pelanggan Geprek kak Rose merupakan pelanggan yang royal. Uang yang dikeluarkan oleh konsumen dalam sekali makan di Geprek kak Rose yaitu 46 responden (57,5%) menyatakan <Rp. 50.000, Rp. 50.001-100.000 yaitu 11 responden dan >Rp. 100.000 yaitu 23 responden (28,70%). Sebagian besar pelanggan Geprek kak Rose mengetahui keberadaan Geprek kak Riso melalui informasi dari teman sebanyak 46 responden (57,50%). Jenis informasi seperti ini merupakan jenis pemasaran dari mulut ke mulut. Tujuan berkunjung para pelanggan geprek

kak Rose yaitu 77 responden (96,30%) menyatakan untuk makan dan minum. Menurut arifin (2018), pengelompokan demografik berfungsi untuk dibutuhkan untuk segmentasi pasar dan untuk mencapai kepuasan konsumen pada rentang demografi yang didapat.

Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas instrument dilakukan dengan menggunakan metode pearson dan pengolahan data menggunakan software SPSS25. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai R hitung > R tabel maka disimpulkan bahwa indicator tersebut valid, sedangkan jika nilai R hitung < R tabel maka disimpulkan bahwa indicator tersebut tidak valid. Pada jumlah sampel 80 orang, maka nilai r tabel adalah 0,2199 ($\alpha = 5\%$). hasil uji validitas variabel kepetingan dapat dilihat pada

Tabel 2.Uji Validitas

Kode	Pernyataan	rhitung Kinerja	r Hitung Harapan	r tabel	kesimpulan
X11	Ketersediaan fasilitas pendukung pada Geprek kak rose (toilet, tempat parkir dll)	0,555	0,510	0,2199	Valid
X12	kenyamanan, kebersihan dan kerapian restoran	0,558	0,552	0,2199	Valid
X13	interior dan eksterior bangunan menarik secara visual	0,542	0,476	0,2199	Valid
X14	karyaman geprek kak rose berpakaian dan berpenampilan rapi	0,738	0,367	0,2199	Valid
X15	geprek kak rose memiliki banyak menu	0,445	0,525	0,2199	Valid
X21	geprek kak rose menyakinkan pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	0,559	0,330	0,2199	Valid
X22	pihak geprek kak rose memberikan perhatian lebih ke konsumen ketika tempat duduk penuh	0,426	0,561	0,2199	Valid
X23	harga produk yang tercantum pada buku menu sesuai dengan harga ketika pembayaran dikasir	0,485	0,586	0,2199	Valid
X24	geprek kak rose memberikan kemudahan dalam pembayaran	0,459	0,400	0,2199	Valid
X25	geprek kak rose selalu menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan anda	0,310	0,505	0,2199	Valid
X31	karyawan geprek kak rose memberitahu anda kapan	0,414	0,518	0,2199	Valid

	pastinya pesanan anda akan disajikan					
X32	karyawan geprek kak rose selalu bersedia membantu anda	0,743	0,755	0,2199	Valid	
X33	karyawan geprek kak rose tidak terlalu sibuk, sehingga sanggup menanggapi setiap permintaan anda dengan cepat	0,695	0,780	0,2199	Valid	
X41	kebersihan makanan dan minuman yang disajikan oleh geprek kak rose baik	0,442	0,671	0,2199	Valid	
X42	anda merasa aman bertransaksi di geprek kak rose dan tidak ada kekeliruan pada saat pembayaran	0,701	0,638	0,2199	Valid	
X43	karyawan geprek kak rose bersikan sopan pada anda	0,583	0,41	0,2199	Valid	
X44	karyawan geprek kak rose memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan terkait menu yang ditawarkan	0,582	0,584	0,2199	Valid	
X51	karyawan geprek kak rose memberikan bantuan kepada anda jika kebingungan dalam melakukan pesanan	0,686	0,643	0,2199	Valid	
X52	geprek kak rose memiliki waktu beroperasi yang sesuai/cocok bagi anda	0,691	0,61	0,2199	Valid	
X53	geprek kak rose mendengarkan dan menerima keluhan	0,573	0,519	0,2199	Valid	
X54	karyawan geprek kak rose memberikan solusi dalam menangani keluhan anda	0,417	0,699	0,2199	Valid	

Berdasarkan Tabel 2. semua pertanyaan di variabel kinerja dan harapan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,2199) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan dengan kuesioner tersebut dan dilakukan secara berulang. Dasar pengambilan uji reliabilitas cronbach alpha, kuesioner dikatakan reliable jika nilai cronbach alpha >0,6 (Haryono, 2020). Berikut tabel 3 yang menyajikan data hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha Kinerja	Nilai Cronbach Alpha Harapan	Pedoman Cronbach Alpha	Kesimpulan
Tangible	0,716	0,64	0,6	Reliabel
Reliability	0,603	0,643	0,6	Reliabel
Responsiveness	0,717	0,768	0,6	Reliabel
Assurance	0,708	0,699	0,6	Reliabel
Empathy	0,719	0,732	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, masing-masing variabel Kinerja dan Harapan memiliki nilai Cronbach Alpha diatas ($>0,6$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kinerja dan Harapan masing-masing adalah reliabel.

Analisis Tingkat Kepuasan

Analisis tingkat kepuasan digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap atribut kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Geprek Kak Rose. Menurut Baskoro (2011), apabila nilai tingkat kepuasan konsumen memiliki nilai lebih dari nol atau positif maka dikategorikan konsumen puas terhadap pelayanan yang telah diberikan kemudian apabila nilai tingkat kepuasan konsumen memiliki kurang dari nol atau negative maka dikategorikan konsumen tidak puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Berikut penjelasan tentang hasil tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan berdasarkan tiap atribut:

a. Tanggible/Bukti Fisik

Atribut Tanggibel (empati) memiliki nilai GAP rata-rata -0,84 Yang artinya konsumen belum merasa puas dengan atribut tersebut. Analisis tingkat kepuasaan atribut Tanggible/bukti fisik dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Tanggible/Bukti Fisik

Pertanyaan	Kode	Harapan	Kinerja	GAP
Ketersediaan fasilitas pendukung pada Geprek kak rose (toilet, tempat parkir dll)	X1.1.	4,38	4,19	-0,19
kenyamanan, kebersihan dan kerapian restoran	X1.2	4,29	2,75	-1,54
interior dan eksterior bangunan menarik secara visual	X1.3	4,35	2,96	-1,39
karyawan geprek kak rose berpakaian dan berpenampilan rapi	X1.4	4,33	3,50	-0,83
geprek kak rose memiliki banyak menu	X1.5	4,33	4,09	-0,24
Rata-rata				-0,84

Berdasarkan Tabel 4 bahwa atribut yang memiliki nilai GAP terbesar di variabel Tanggibel/bukti fisiki adalah atribut X12 yaitu kenyamanan, kebersihan dan kerapian restoran dengan nilai GAP sebesar -1,54. Nilai gap negative menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dan kinerja yang diinginkan konsumen tidak terpenuhi.

b. Reliability

Atribut reliability memiliki nilai GAP rata-rata -,029 yang artinya konsumen belum merasa puas dengan atribut tersebut. Analisis tingkat kepuasan atribut reliability dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5.Reliability

Pertanyaan	Kode	Harapan	Kinerja	GAP
geprek kak rose meyakinkan pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan	X21	4,39	3,05	-1,34
pihak geprek kak rose memberikan perhatian lebih ke konsumen ketika tempat duduk penuh	X22	4,14	4,18	0,04
harga produk yang tercantum pada buku menu sesuai dengan harga ketika pembayaran dikasir	X23	4,16	4,20	0,04
geprek kak rose memberikan kemudahan dalam pembayaran	X24	4,36	4,43	0,06
geprek kak rose selalu menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan anda	X25	4,30	4,08	-0,23
Rata-rata				-0,29

Berdasarkan Tabel 5 bahwa atribut yang memiliki nilai GAP terbesar di variabel reliability adalah atribut X21 yaitu geprek kak rose meyakinkan pesanann sesuai dengan waktu yang dijanjikan yang memiliki nilai GAP sebesar -1,34 yang artinya konsumen tidak puas dengan atribut tersebut.

c. Responsiveness

Atribut responsiveness memiliki nilai GAP rata-rata -0,55 yang artinya konsumen belum merasa puas dengan atribut tersebut. Analisis tingkat kepuasan atribut responsiveness dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6.Analisis Tingkat Kepuasan Responsiveness

Pertanyaan	Kode	Harapan	Kinerja	GAP
karyawan geprek kak rose memberitahu anda kapan pastinya pesanan anda akan disajikan	X31	4,30	3,21	-1,09
karyawan geprek kak rose selalu bersedia membantu anda	X32	4,41	4,16	-0,25

karyawan geprek kak rose tidak terlalu sibuk, sehingga sanggup menanggapi setiap permintaan anda dengan cepat	X33	3,99	3,68	-0,31
Rata-rata				-0,55

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai GAP terbesar di variabel ini adalah atribut karyawan geprek kak rose memberitahu anda kapan pastinya pesanan anda akan disajikan dengan nilai GAP sebesar -1,09 Yang artinya konsumen merasa kurang puas dengan atribut tersebut.

d. Assurance

Atribut assurance memiliki nilai GAP rata-rata -0,20 yang artinya konsumen belum merasa puas dengan atribut tersebut. Analisis tingkat kepuasan variabel assurance dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Assurance

Pertanyaan	Kode	Harapan	Kinerja	GAP
kebersihan makanan dan minuman yang disajikan oleh geprek kak rose baik	X41	4,30	4,20	-0,10
anda merasa aman bertransaksi di geprek kak rose dan tidak ada kekeliruan pada saat pembayaran	X42	4,06	4,38	0,31
karyawan geprek kak rose bersikap sopan pada anda	X43	4,50	3,36	-1,14
karyawan geprek kak rose memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan terkait menu yang ditawarkan	X44	4,08	4,20	0,13
Rata-rata				-0,20

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai GAP terbesar di variabel ini adalah atribut karyawan geprek kak rose bersikap sopan pada anda dengan nilai GAP sebesar -1,14 yang artinya konsumen tidak puas dengan atribut ini sehingga konsumen memberikan saran untuk penerapan 3S lebih ditingkatkan lagi.

e. Emphaty

Atribut Emphaty memiliki nilai GAP rata-rata -0,44 yang artinya konsumen belum merasa puas dengan atribut tersebut. Analisis tingkat kepuasan variabel emphaty dapat dilihat pada Tabel 4.8

Tabel 8.Emphaty

Pertanyaan	Kode	Harapan	Kinerja	GAP
karyawan geprek kak rose memberikan bantuan kepada anda jika kebingungan dalam melakukan pesanan	X51	4,28	4,04	-0,24
geprek kak rose memiliki waktu beroperasi yang sesuai/cocok bagi anda	X52	3,83	3,73	-0,10
geprek kak rose mendengarkan dan menerima keluhan	X53	4,43	3,10	-1,33
karyawan geprek kak rose memberikan solusi dalam menangani keluhan anda	X54	4,35	4,24	-0,11
Rata-rata				-0,44

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai GAP terbesar di variabel ini adalah atribut yaitu geprek kak rose mendengarkan dan menerima keluhan dengan nilai GAP sebesar -1,33 yang artinya konsumen merasa kurang puas dari atribut.

Hasil Analisis Kuadran Atribut Kualitas Pelayanan dalam Diagram Kartesius

Nilai rata-rata skor tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing atribut pada Tabel 4.9 dapat digunakan untuk menentukan posisi pemetaan atribut kualitas pelayanan dalam diagram kartesius. Sumbu X merupakan skor rata-rata tingkat kinerja dan sumbu Y merupakan skor rata-rata tingkat harapan atribut. Hasil pemetaan atribut dapat digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang perlu diperbaiki maupun dipertahankan kualitasnya. Hasil pemetaan atribut kualitas pelayanan Geprek kak rose pada diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 4.1

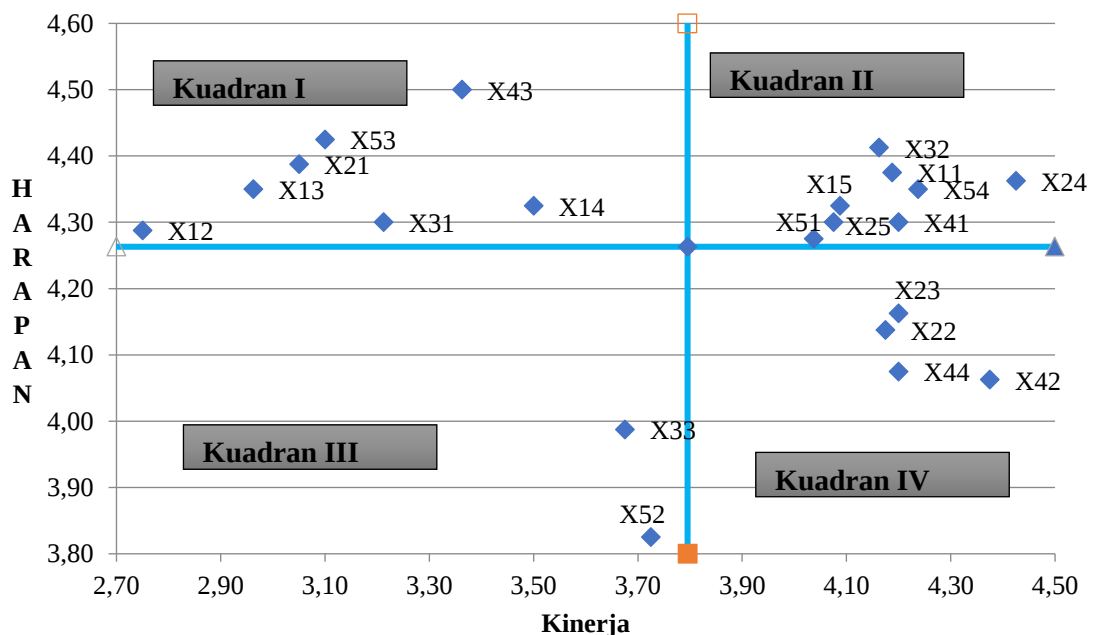
**Gambar 1. Diagram Kartesius**

Diagram kartesisus kualitas pelayanan di Geprek Kak Rose terbagi atas empat bagian kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang saling berpotongan tegak lurus. Berdasarkan hasil pada Tabel 4.9 diperoleh nilai skor rata-ran tingkat harapan keseluruhan kualitas pelayanan adalah 4,25 dan nilai skor rata-ran tingkat kinerja dari keseluruhan atribut sebesar 3,80. Nilai skor rata-ran keseluruhan atribut digunakan sebagai titik perpotongan sumbu X dan Y sehingga membagi diagram kartesius menjadi 4 bagian kuadran seperti pada Gambar 4.1.

Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Kuadran 1 menunjukkan bahwa atribut-atribut pada kuadran ini memiliki prioritas utama untuk diperbaiki atau ditangani terlebih dahulu. Atribut pada kuadran 1 dianggap penting oleh konsumen namun belum dilakukan dengan baik oleh Geprek Kak Rose. Terdapat 7 atribut yang terdapat dalam kuadran 1 yaitu Variabel Tangible 3 atribut yang terdiri dari kenyamanan, kebersihan dan kerapian restoran (X12), interior dan eksterior bangunan menarik secara visual (X13), karyawan geprek kak rose berpakaian dan berpenampilan rapi (X14). Variabel Reliability yang terdiri dari 1 atribut. geprek kak rose menepati janji pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (X21), atribut Responsiveness satu atribut yaitu karyawan geprek kak rose memberitahu anda kapan pastinya pesanan anda akan disajikan (X31). Variabel Assurance 1 atribut yaitu karyawan geprek kak rose bersikap sopan pada anda (X43), dan atribut empathy terdiri dari 1 atribut yaitu geprek kak rose mendengarkan dan menerima keluhan (X53).

Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada kuadran II menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting yang telah berhasil dilaksanakan oleh Geprek Kak Rose. Kuadran II mewakili kinerja tinggi pada atribut yang penting sehingga menunjukkan bahwa kualitas saat ini harus dipertahankan. Beberapa atribut yang terdapat pada kuadran II terdiri dari 8 atribut yaitu variabel tangible 2 atribut yang terdiri dari Ketersediaan fasilitas pendukung pada Geprek kak rose (toilet, tempat parkir dll) (X11), geprek kak rose memiliki banyak menu (X15). Variabel reliability terdiri dari 2 atribut yaitu geprek kak rose memberikan kemudahan dalam pembayaran (X24), geprek kak rose selalu menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan anda (X25). Variabel Responsiveness terdiri dari 1 atribut yaitu karyawan geprek kak rose selalu bersedia membantu anda (X32). Variabel assurance terdiri dari 1 atribut yaitu kebersihan makanan dan minuman yang disajikan oleh geprek kak rose baik (X41). Variabel empathy terdiri dari 2 atribut yaitu karyawan geprek kak rose memberikan bantuan kepada anda jika kebingungan dalam melakukan pesanan (X51), karyawan geprek kak rose memberikan solusi dalam menangani keluhan anda (X54).

Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan di Geprek kak rose yang dianggap kurang penting oleh responden dan pada kenyataannya tingkat harapan ataupun kinerjanya cukup baik. Peningkatan atribut pada diagram ini tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen karena pengaruhnya terhadap konsumen sangat kecil sehingga perusahaan hanya perlu mempertahankan kinerjanya atribut yang masuk pada kuadran ini. Pada Gambar 4.1 menunjukkan terdapat dua atribut yang termasuk dalam kuadran III. Atribut yang masuk pada kuadran III yaitu variabel responsiveness yaitu karyawan geprek kak rose tidak terlalu sibuk, sehingga sanggup menanggapi setiap permintaan anda dengan

cepat (X33) dan variabel *emphaty* yaitu geprek kak rose memiliki waktu beroperasi yang sesuai/cocok bagi anda (X52)

Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran IV menunjukan faktor yang memiliki tingkat harapan yang rendah oleh konsumen, namun pihak Geprek Kak Rose sudah melaksanakan kinerjanya dengan sangat baik, sehingga konsumen merasa sangat puas terhadap atribut ini dan kinejanya harus terus dipertahankan. Gambar 4.1. menunjukan bahwa terdapat empat atribut yang masukn dalam kuadran empat yaitu sebagai berikut: variabel *reliability* terdiri dari 2 atribut yaitu pihak geprek kak rose memberikan perhatian lebih ke konsumen ketika tempat duduk penuh (X22), harga produk yang tercantum pada buku menu sesuai dengan harga ketika pembayaran dikasir (X23). Variabel *assurance* terdiri dari 2 atribut yaitu anda merasa aman bertransaksi di geprek kak rose dan tidak ada kekeliruan pada saat pembayaran (X42), karyawan geprek kak rose memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan terkait menu yang ditawarkan (X44).

DISKUSI

Penerapan metode *servqual* ini dapat menjadi contoh yang baik bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode *Servqual* mempunyai kelebihan yaitu dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada setiap atribut pelayanan, namun metode ini memiliki kekurangan yaitu penilaiannya secara subyektif dan perbaikan kualitas layanan hanya berdasarkan pada gap yang memiliki nilai tinggi saja (Rahayu, 2016).

Metode *Servqual* adalah skala multi-item ringkas dengan keandalan dan validitas yang baik sehingga dapat digunakan untuk lebih memahami harapan layanan dan persepsi konsumen serta menentukan area yang membutuhkan perhatian manajerial dan tindakan untuk meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dibangun dari kualitas yang diharapkan dan diinginkan (Parasurahman et al.,1988, Baki et al., 2009).

Metode *servqual* meliputi analisis terhadap 5 gap yang berpengaruh terhadap kualitas layanan. Model konseptual *servqual* dapat dilihat pada Gambar 2.1. Gap pertama adalah kesenjangan antara harapan konsumene dan persepsi manajemen terhadap harapan konsuemen (*knowledge gap*) Tjiptono, 2011. Gap kedua adalah perbedaan persepsi manajemen terhadap harpaan konsuemen dan spesifikasi kualitas layanan (*standar Gap*) (Prima et al.,2018). Gap ketiga adalah perbedaan antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan (*delivery gap*) (Tjiptono dan Gregorius, 2011). Gap keempat adalah perbedaan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal (*communication gap*) (Harkinanta et al.,2016). Gap Kelima adalah kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*) (Bahtiar et al., 2010).

KESIMPULAN

1. Tingkat kualitas pelayanan di Geprek Kak Rose memiliki nilai negative yang menunjukkan kinerja lebih rendah daripada harapan konsumen yang artinya konsumen kurang puas terhadap jasa pelayanan yang diberikan. Dari lima dimensi kualitas pelayanan yang digunakan dimensi tangible merupakan dimensi yang memiliki nilai GAP terbesar yaitu -0,84. Dimensi yang dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya belum dilaksanakan dengan baik. Dimensi yang kedua adalah responsiveness dengan nilai GAP -0,55, dimensi yang ketiga Emphaty -0,44, dimensi ke empat Reliability sebesar -0,29 dan dimensi ke lima adalah assurance dengan nilai 0,20.
2. Untuk mencapai kepuasan konsumen ada 7 atribut yang menjadi prioritas utama yang perlu dilakukan perbaikan yaitu kenyamanan, kebersihan dan kerapian restoran (X12), interior dan eksterior bangunan menarik secara visual (X13), karyawan geprek kak rose berpakaian dan berpenampilan rapi (X14), geprek kak rose menyakinkan pesanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan (X21), karyawan geprek kak rose memberitahu anda kapan pastinya pesanan anda akan disajikan (X31), karyawan geprek kak rose bersikap sopan pada anda (X43), geprek kak rose mendengarkan dan menerima keluhan (X53).

REKOMENDASI

Diharapkan Geprek Kak Rose mampu meningkatkan variabel kualitas pelayanan yang telah diberikan di setiap atribut, terutama variabel yang berada pada kuadran I (prioritas utama).

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya haturkan bagi instansi yang telah memberikan kesempatan kepada saya dalam melangsungkan proses kegiatan penelitian ini. Kepada para informan yang telah memberikan informasi yang valid dan akurat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

REFERENSI

- Amalia, N. M., Sucihatiningsih, D. W. P., & Santoso, J. T. B. (2020). Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Bumdes. *Business and Accounting Education Journal*, 1(2), 170-180.
- Anggraeni, A., & Hermiati, T. (2013). Pengaruh kondisi interior terhadap minat beli ulang konsumen black house cafe. *Universitas Indonesia*.
- Natsir, A., Baco, E., & Hartina, S. (2018). PENGELOMPOKAN USIA KONSUMEN BERDASARKAN MINAT BERBELANJA DENGAN MENGGUNAKAN METODE CENTROID. *Jurnal MSA (Matematika dan Statistika serta Aplikasinya)*, 6(2).
- Ayulita, O. (2017). *Etika dan Penampilan Pramusaji dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan di Platinum Hotel & Conference Adisucipto Yogyakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Bakhtiar, A., Susanty, A., & Massay, F. (2010). Analisis kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual dan model kano (studi kasus: PT. PLN UPJ Semarang Selatan). *J@ ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 5(2), 77-84.
- Baki, B., Sahin Basfirinci, C., Murat AR, I., & Cilingir, Z. (2009). An application of integrating SERVQUAL and Kano's model into QFD for logistics services: a case study from Turkey. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 21(1), 106-126.
- Power, T., & Barrows, C. W. (2006). *Introduction to management in the hospitality industry*. John Wiley & Sons.
- Brestada, M., Deoranto, P., & Putri, S. A. (2013). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE SERVQUAL (SERVICE QUALITY): STUDI PADA MONOPOLI PARK VIEW CAFÉ AND RESTO (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

- Brestada, M. 2013. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan dengan metode servqual (service quality): study kasus pada monopoli park view café and resto. Skripsi. Universitas Brawijaya Malang.
- Burrow, J. L. 2009. Marketinh 3 Edition. South Western Cengage Learning. USA.
- Conference on Engineering Technolohies and Big Data Analytics:78-84.
- Durmaz, Y. 2014. The Influence of Cultural Faktors on Consumer Buying Behaviour and an Application in Turkey. Journal of Management and Business Research; E Marketing. 14 (1): 1-9. ISSN 2249-4588.
- Gumelar, K.T. Handyo, D.W dan Sri, S. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 5 (1) : 164-173.
- Harkinata D. Ambar H dan Yoanita Y. 2015. Usulan peningkatan kualitas pelayanan asuransi kendaraan di PT X dengan metode Service Quality (Servqual). Jurnal Online Institu Teknologi Nasional. 1 (4) : 26-37.
- Horax M, Lucy S, Jessica P dan Agnes YK. 2017. Analisis Kepausan Konsumen terhadap restoran cepat saji (Restoran X) dengan Metode Servive Quality (Servqual). Jurnal Metris 18: 65-74.
- Ikiz, A.K. and Masoudi, A. 2008. A QFD and Servqual Approach to Hotel Service Design. Journal of isletme Fakultesi Dergisi. 9 (1).Page 17-31
- Jayati, LD., Siti, M dan Ali, K. 2014. Pola Konsumesi pangan, kebiasaan makan dan Densitas Gizi pada Masyarakat Ksepuhan Ciptagelar Jawa Barat. Jurnal Penel Gizi Makan Vol 37 (1) : 33-42
- Jiastuto, T. 2018. Higiene sanitasi pengelolaan makanan dan keberadaan bakteri pada makanan jadi di RSUD Dr Harjono Ponorogo. Jurnal Kesehatan Lingkungan. 10 (1) : 13-24.
- Johnson, A., & Smith, K. (2019). The Impact of Seating Availability on Customer Satisfaction in Restaurants. Journal of Restaurant Management, 32(2), 145-160
- Journal Smith, A., & Johnson, R. (2019). The Impact of Menu Knowledge on Customer Satisfaction in the Restaurant Industry: A Systematic Review. Journal of Hospitality and Tourism Research of Hospitality & Tourism Research, 42(3), 321-335.

- Kazmi,2. 2012. Cunsumer Perception and Buying Decision. International Journal of Advancement in Research and Technology Vol 1 (6).
- Kotler dan Keller. 2009. Managemen pemsaran. Jilid 1 Edisi ke 13. Erlangga. Jakarta
- Mastuti DN. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Mahasiswa. Jurnal Ilmiah Go Infotech, 19 (2): 40-48
- Mastutu DN. 2013. Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Jurnal Ilmiah Go Infotech. 19 (2) : 40-48
- Maumbe, A, M. 2012. Measuring/Service Quality perceptions of the customers of Restaurant in Pakistan. International Journal for Quality Research: 7(2): 187 200.
- Mayasari, A. 2020. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan masyarakat di Desa Paulan, Colomadu, Karanganyar. Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah. Vol 3 No 2, Juni 2020.
- Murdianti, F. 2011. Analisis faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam melakukan pembelian jasa di kedai Telapak Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Murdianti, F. 2011. Analisis faktor yang dipertimbangkan pelanggan dalam melakukan pembelian jasa di kedai Telapak Bogor. Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Nugroho, SP. 2017. Kualitas pelayanan Gadri Resto Yogyakarta (Respon Konsumen sebagai Pendekatan Penelitian). Jurnal Nasional Pariwisata 6 (1) : 22-30.
- Nuvrianto, J. 2016. Analisis Kepuasan Pelanggan pada Restoran Sop Tunjang Pertama (MI) di Pekanbaru. Jurnal Valutas 2 (2): 171-189.
- Omar MS, Hashim FA dan Razila A. 2016. Service Quality, Customer Satisfaction and the Moderating Effect of Gender: A study of Arabic Restaurants. Procedia –soscai; and Behavioral Science 224:384-392.
- Paramita MS, Wike APD dan Dhita MI. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Servqual (Service Quality) dan Six Sigma (Studi Kasus pada Restoran Dahlia Pasuruan). Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri. 4(3): 102=115.
- Paramita, M.S. 2014. Penilaian kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan menggunakan Metode Servqual (Service Qaulity) dan Six Sigma di Restoran Dahlia Pasuruan. Skripsi. Universitas Brawijaya.

- Parasuraman A, Valarie AZ dan Leonard LB. 1988. Servqual : A Multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of retailing* 64 (1): 12-40.
- Prima NI, Sujiono dan Hadi S. 2018. Pentingnya penerapan model Service Quality (Servqual) dalam perbaikan kualitas layanan jasa pengiriman barnag pada kantor pos ponorogo. *ISOQUANT 2* (1): 50-55
- Putri RO dan Shantika M. 2018. Analisis kualitas Pelayanan Akademik dengan Metode SERVPERF dan IPA. *Buletin Ilmiah Math. Stat. dan Terapannya* 8 (1): 103-110.
- Ramya, N and S.A Mohamed, A. 2016. Factors Affecting Consumer Buying Behavior. *Journal of Applied Research*. 2 (10): 76-80
- Razak, I; Nirwanto, N and Boge, T. 2016. The Impact of product Quality and prive on customer satisfaction with the mediantor of customer value. *Journal of marketing and customer research*.30. ISSN 2422-8451.
- Ryu K. Lee H and Gon KW. 2012. The Inffluence of the Quality of the physical environment, food and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 24 (2): 200-223.
- Setyawan, Y. 2008. Skripsi Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap kepuasan konsumeen rumah makan ayam bakar wong solo cabang malang. Universitas Brawijaya Malang.
- Silitonga P. 2017. Manajemen UMKM dan sumber daya manusia. Penerbiy Andi Yogyakarta.
- Soedjono, M. 2012. Analisis dan usulan perbaikan kualitas layanan menggunakan integrasi metode servqual, model kano dan QFD di warung Ipang Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 1 (1) Hal 1-19.
- Sudarsono A. 2016, Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Deepublish. Yogyakarta.
- Sudarsono A. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. Deepublish. Yogyakarta
- Sukma, A dan Murni, E. 2019. Berani Resign.Yogyakarta. Laksana.
- Sulasmini NMA. 2018. Kualitas layanan berbasiskan kearifan lokal bali : sebuah kajian terhadap kualiatas layanan berbasiskan kearifan lokal bali terhadap kepuasan dan niat perilaku loyal wisatawan mancanegara pada hotel non bintang di bali. Penerbit Andi. Yogyakarta.

- Sumarsono D. 2015. Luar biasa bisnis restoran di Indonesia : Semua orang bisa menjalankannya. PT Gramedia Pustaka Ulama . Jakarta
- Tjiptono F dan Gregorius C. 2011. *Service Quality & Statisfaction* (Edisi 3). Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono F. 2011. Pemasaran Jasa. Bayumedia Publishing. Malang
- Tuju, R, E and Sjendry, L. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan dan produk sepeda motor Yamaha terhadad keputusan kepuasan konsumen PT. Hasrat Abadi di Manado. *Journal EMBA*. 6(3): 1798-1807.ISSN : 2303-1174
- Vorasaiharit N anda Natcha T. 2016. Integration of Servqual Model With Quality Function Deplyoment to Enchance Library's Service Quality. *Internation*
- Walker, JP. 2008. *Restaurant: From Concept to Operation (Fifth Edition)*. John
- Widia, R. (2019). *EcoGen Volume 2 , Nomor 1 , 5 Maret 2019 ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE FUZZY- Widia Afriyuni, Rahmiati , Muthia Roza Linda Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Email : widiaafriyuni@gmail.com EcoGen. 2, 18–26.*
- Windasuri, H. dan Susanti, H. 2016. *The Secrets of Building a Service Organization*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.