

UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGUNAKAN METODE ANALISIS GAP DAN KANOMODEL PADA XYZ

Farhan Hudan Fauzie^{1*}, Arie Desrianty, S.T., M.T.¹

^{1,2}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional
Bandung

Email : farhan.hudan0130@gmail.com

Received 01 09 2023 | Revised 08 09 2023 | Accepted 08 09 2023

ABSTRAK

XYZ menawarkan berbagai macam produk dan jasa yang dapat dinikmati berbagai kalangan masyarakat. Permasalahan yang terjadi pada XYZ adalah terdapat keluhan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan sehingga perlu dilakukan perbaikan. Penyelesaian permasalahan ini menggunakan metode Analisis Gap untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan dan Kano Model untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas utama dilakukan perbaikan. Hasil pengolahan data dari analisis gap, terdapat 12 atribut bernilai negatif dari 17 atribut dan selanjutnya akan dilanjutkan perhitungan gap untuk mengetahui penyebab terjadinya gap 5. Terdapat 7 atribut yang disebabkan oleh gap 1 dan terdapat 5 atribut yang disebabkan oleh gap 2. Berdasarkan hasil perhitungan gap 5, selanjutnya diintegrasikan dengan metode kano model dan didapatkan kategori One-dimensional sebanyak 10 atribut (SQ2, SQ3, SQ4, PV1, PV2, A2, A3, C1, C2 dan C3), kategori Must-be 1 atribut (C4) dan kategori indifferent 1 atribut (SQ1). Kategori One-dimensional perlu dipertahankan dan ditingkatkan karena dapat meningkatkan kepuasan konsumen bila terpenuhi. Berdasarkan hasil penelitian, usulan yang dapat diberikan meliputi berbagai macam pelatihan dalam memberikan pelayanan, melakukan evaluasi standar kinerja karyawan, melakukan research terkait harga bahan baku, cita rasa dan mengembangkan berbagai macam metode pembayaran.

Kata Kunci: Analisis Gap, Atribut, Kano Model, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

XYZ offers a variety of products and services that can be enjoyed by various circles of society. The problem that occurs in XYZ is that there are complaints about the quality of service provided so that improvements need to be made. The resolution of this problem uses the Gap Analysis method to measure the quality of services provided and the Kano Model to determine the attributes that are the top priority for improvement. The results of data processing from gap analysis, there are 12 negative value attributes from 17 attributes and then the gap calculation will continue to determine the cause of gap 5. There are 7 attributes caused by gap 1 and there are 5 attributes caused by gap 2. Based on the results of the gap 5 calculation, it was then integrated with the model canoe method and obtained a One-dimensional category of 10 attributes (SQ2, SQ3, SQ4, PV1, PV2, A2, A3, C1, C2 and

C3), a Must-be category 1 attribute (C4) an an indifferent category 1 attribute (SQ1). The One-dimensional category needs to be maintained and improved because it can increase consumer satisfaction when fulfilled. Based on the results of the research, proposals that can be given include

Fauzie, Desrianty

various kinds of training in providing services, evaluating employee performance standards, conducting research related to raw material prices, taste and developing various payment methods.

Keywords: *gap analysis, attributes, canoe model, service quality*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri tidak hanya meliputi dunia manufaktur saja, perkembangan industri pada bidang usaha dan jasa kini menjadi pusat perhatian di masyarakat. Menurut Sadli (2009) industri merupakan kumpulan dari beberapa perusahaan-perusahaan atau firma yang mengusahakan atau memproduksi suatu barang yang serupa. Industri pada bidang usaha dan jasa saat ini banyak digemari sehingga banyak pelaku usaha yang memulai bisnis pada sektor jasa. Pelaku usaha pada sektor jasa kian menjadi pusat perhatian, banyak pelaku usaha yang menawarkan berbagai macam jenis jasa yang dapat dinikmati oleh konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan didefinisikan sebagai perasaan pelanggan yang puas atau kecewa yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan puas. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor untuk meraih kepuasan konsumen sehingga konsumen akan merasa puas jika kualitas pelayanan yang diberikan optimal.

Salah satu pelaku usaha yang menawarkan berbagai macam produk dan pelayanan jasa dalam bidang kuliner yang dapat dinikmati berbagai kalangan masyarakat yaitu Coffee shop. XYZ merupakan salah satu Coffee shop yang menawarkan berbagai macam jenis produk. XYZ beralamatkan di Jalan Tata Surya No. 104, Kota Bandung. Kafe ini menyediakan berbagai jenis menu diantaranya Coffee, non-Coffee, heavy meals dan light meals. XYZ juga memiliki tempat yang nyaman dan cozy sehingga konsumen dapat menghabiskan waktu untuk berkumpul bersama dengan orang-orang terdekat.

XYZ memiliki fasilitas yang cukup baik seperti desain yang minimalis, akses jalan yang mudah, harga yang terjangkau bagi kalangan mahasiswa, area yang bersih, terdapat wifi yang kencang, memiliki tempat outdoor. Berdasarkan google review Surjoy memiliki nilai rating 4,6/5 dari total 185 reviews. Hal tersebut ternyata belum sepenuhnya memuaskan bagi konsumen yang mengunjungi kafe. Hal tersebut dinyatakan oleh beberapa konsumen berdasarkan hasil wawancara terdapat berbagai macam keluhan yang dirasakan oleh konsumen seperti keterbatasan lahan parkir, tempat duduk smoking area dan non-smoking area, kebersihan kafe baik dari segi ruangan dan fasilitas yang diberikan serta keterbatasan sumber daya manusia atau pegawai dari XYZ. Keluhan yang dirasakan akan menjadi dampak negatif dan berisiko bagi keberlangsungan usaha yang dijalankan. Berdasarkan permasalahan tersebut, Upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat menggunakan analisis GAP dan Model Kano. Analisis gap digunakan untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi dan dirasakan oleh konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Model kano digunakan untuk mengklasifikasikan dan mengevaluasi terkait kebutuhan konsumen yang tidak terpenuhi dan untuk mengetahui prioritas perbaikan yang akan dilakukan oleh pihak kafe.

2. METODOLOGI

Tahapan penelitian yang dilakukan untuk menghasilkan upaya peningkatan kualitas pelayanan menggunakan metode Analisis Gap dan Kano Model pada XYZ adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Responden

Identifikasi responden dapat dilakukan kepada konsumen yang menggunakan pelayanan jasa pada Surjoy. Konsumen yang akan diidentifikasi merupakan konsumen dalam rentang usia 15 tahun keatas dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Pengujian ini dilakukan dengan

cara memberikan kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti kepada konsumen.

2. Penentuan Ukuran Sampel Responden

Penentuan jumlah sampel responden dilakukan untuk mengetahui jumlah ukuran sampel yang akan diambil. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Menentukan ukuran sampel dapat diambil berdasarkan populasi yang tidak diketahui dengan menggunakan rumus Lemeshow. Rumus untuk menentukan ukuran sampel dengan menggunakan Lemeshow (Roflin et al, 2022) adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai tabel normal dengan tingkat kepercayaan 95%

P = Proporsi dalam populasi 50%

d = Batas maksimal kesalahan 10%

3. Identifikasi Variabel Penelitian.

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu atribut pelayanan DINESERV. Atribut pelayanan yang digunakan merupakan penurunan atribut pelayanan dari penelitian Anwar (2018) yang berjudul "Pengaruh Dining Service Quality (DINESERV) Terhadap Customer Satisfaction dan Revisit Intention (Survei pada Pelanggan D’COST Seafood Restaurant Cabang Malang Town Square)", menurut Ramadhani (2022) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Pengalaman Terhadap persepsi Nilai dan Dampaknya Terhadap Sikap dan Loyalitas Pengunjung Coffee Shop Di Yogyakarta", menurut Ronaldo (2017) yang berjudul "Peningkatan Kualitas Pelayanan Rumah Makan X Dengan Integrasi Metode DINESERV, ZOT, dan QFD" dan kuesioner pada checksheet yang diberikan kepada pihak manajemen. Identifikasi atribut pelayanan DINESERV dapat dilihat pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Identifikasi Atribut Pelayanan

Indikator	Kode Atribut	Atribut
Food Quality	FQ1	Tampilan menu kafe yang menarik perhatian bagi konsumen.
	FQ2	Kafe menyajikan makanan dan minuman yang lezat.
	FQ3	Kafe menyajikan makanan yang baru dimasak secara langsung.
	FQ4	Kafe menyajikan menu yang beragam.

Tabel 2.1 Identifikasi Atribut Pelayanan (Lanjutan)

Indikator	Kode Atribut	Atribut
Service Quality	SQ1	Karyawan kafe memberikan perhatian penuh kepada konsumen.
	SQ2	Karyawan kafe cepat tanggap dalam membantu konsumen.
	SQ3	Kafe memiliki karyawan yang sopan dan ramah.
	SQ4	Kafe menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan.
Price and Value	PV1	Kafe memiliki harga menu yang terjangkau.
	PV2	Kafe memberikan pengalaman yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.
Atmosphere	A1	Kafe menjaga kebersihan ruangan.
	A2	Kafe menjaga kebersihan fasilitas meja, kursi dan alat makan.
	A3	Kafe memberikan rasa aman dan nyaman ketika berada di dalam ruangan.
Convenience	C1	Kafe memiliki lokasi yang strategis.
	C2	Kafe memiliki lokasi yang mudah dijangkau.
	C3	Konsumen kafe dapat melakukan pembayaran dengan berbagai metode.
	C4	Konsumen dapat memesan menu pada kafe melalui aplikasi online.

4. Perancangan Kuesioner

Perancangan kuesioner pada penelitian ini, menggunakan skala pengukuran likert. Skala pengukuran likert ini dapat membantu peneliti dalam melakukan penelitian dengan atribut-atribut yang telah ditentukan. Kuesioner yang dirancang meliputi kuesioner untuk Analisis Gap dan Kano Model. Kuesioner Analisis Gap meliputi kuesioner tingkat kepentingan, ekspektasi konsumen dan persepsi konsumen. kuesioner Kano Model meliputi kuesioner fungsional (harapan terpenuhi) dan disfungsional (harapan tidak terpenuhi). Contoh penggunaan skala likert pada kuesioner tingkat kepentingan yaitu 1= sangat tidak penting, 2= tidak penting 3= penting dan 4= sangat penting.

5. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner yang telah dirancang selanjutnya akan disebarakan kepada 30 responden melalui bantuan manajemen dengan cara menyebarkan google form kepada konsumen Surjoy dengan menggunakan bantuan media sosial.

6. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kecermatan dengan cara mengkorelasikan variabel jawaban responden setelah pengumpulan data, total skor masing-masing variabel lalu hasil korelasi setiap atribut jawaban akan dibandingkan dengan taraf signifikan. Berikut langkah-langkah uji validitas:

a. Dugaan.

H_0 : Instrumen penelitian valid dan signifikan.

H_1 : Instrumen penelitian tidak valid dan signifikan.

b. Taraf Signifikan = 5%.

c. Statistik hitung, menghitung nilai r hitung dengan rumus: $r_{hitung} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y n = Jumlah responden

x = Jumlah skor variabel X y = Jumlah skor variabel Y

d. Daerah kritis.

Nilai taraf signifikan yang terdapat pada nilai r_{tabel} yaitu sebesar 5%. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan signifikan atau valid sedangkan jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dikatakan tidak signifikan atau tidak valid. Nilai r_{tabel} dapat diperoleh melalui tabel distribusi normal pada Appendix A statistical Tables and Proofs.

e. Kesimpulan.

7. Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas menggambarkan seberapa baik item-item dalam suatu set berkorelasi secara positif. Rumus Alpha Cronbach dapat dilihat sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

$$r = \frac{\overline{cov}}{\overline{var}}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

r = Rata-rata korelasi antar butir k = Jumlah butir pertanyaan

\overline{cov} = rata-rata kovarians \overline{var} = Rata-rata varians

Data dapat dikatakan reliabel apabila hasil perhitungan rumus Alpha Cronbach > 0,60 seperti klasifikasi pada Tabel 2.2

Tabel 2.2 Klasifikasi Alpha Cronbach

Nilai Alpha Cronbach	Klasifikasi Nilai
0,00 – 0,20	Kurang reliabel
0,20 – 0,40	Agak reliabel
0,40 – 0,60	Cukup reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat reliabel

8. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Penyebaran kuesioner penelitian akan dibantu oleh manajemen Surjoy. Hasil penyebaran kuesioner pendahuluan didapatkan data yang diperoleh dari konsumen Surjoy berdasarkan kualitas pelayanan yang konsumen rasakan. Data tersebut akan menunjukkan atribut mana yang harus diprioritaskan.

a. Pengolahan Gap 5

Gap 5 merupakan tahap pertama dimana data yang digunakan merupakan hasil kuesioner persepsi konsumen dan ekspektasi konsumen. Apabila pada nilai gap terdapat nilai negatif (-), dapat dikatakan bahwa konsumen tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pelayan sehingga perlu dilanjutkan kedalam tahap perhitungan gap 1. Hasil yang diperoleh pada gap 1 jika bernilai positif (+).

$$\text{Skor Gap 5} = \text{Persepsi konsumen} - \text{Ekspektasi konsumen} \quad (4)$$

b. Pengolahan Data kano

Pengolahan data kano ini menggunakan hasil dari kuesioner Gap 5 dimana atribut yang

mendapatkan nilai (-) maka akan dilanjutkan perhitungan kedalam model kano. Perhitungan model kano ini digunakan untuk mengkategorikan atribut kualitas pelayanan kedalam kategori kano. Kategori kano diantaranya Must be, One Dimensional, Attractive, Indifferent, dan Questionable.

c. Pengolahan Gap 1

Gap 1 merupakan tahap lanjutan dari perhitungan gap 5 dimana data yang digunakan yaitu hasil kuesioner persepsi pelanggan dan persepsi manajemen. Apabila servqual score yang didapatkan pada gap 5 bernilai negatif (-), maka persepsi manajemen belum sesuai dengan harapan konsumen, sedangkan jika nilai servqual score bernilai positif (+), maka dapat dikatakan bahwa penyebab konsumen tidak puas bukan berasal dari gap 1.

$$\text{Skor Gap 1} = \text{Persepsi manajemen} - \text{Ekspektasi konsumen} \quad (5)$$

d. Pengolahan gap 2

Gap 2 merupakan tahap lanjutan dari perhitungan gap 1 dimana data yang digunakan yaitu persepsi manajemen dengan standar pelayanan. Apabila nilai servqual score yang didapatkan pada gap 2 bernilai negatif (-), maka standar pelayanan belum terpenuhi, sedangkan jika nilai servqual score bernilai positif (+), maka dapat dikatakan bahwa konsumen tidak puas terhadap standar pelayanan yang diberikan bukan berasal dari gap 2 sehingga perlu dilanjutkan kedalam tahap perhitungan gap 3.

$$\text{Skor Gap 2} = \text{Standar pelayanan} - \text{Persepsi manajemen} \quad (6)$$

e. Pengolahan Gap 3

Gap 3 merupakan tahap lanjutan dari perhitungan gap 2 dimana data yang digunakan yaitu standar pelayanan dengan penyampaian pelayanan. Apabila nilai servqual score bernilai negatif (-), maka penyampaian pelayan yang dilakukan belum memenuhi standar pelayanan yang telah ditetapkan. Apabila nilai servqual score bernilai positif (+), maka penyebab pelanggan tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bukan berasal dari gap 3 sehingga perlu dilanjutkan kedalam tahap perhitungan gap 4.

$$\text{Skor Gap 3} = \text{Penyampaian pelayanan} - \text{Standar pelayanan} \quad (7)$$

f. Pengolahan Gap 4

Gap 4 merupakan tahap lanjutan dari perhitungan gap 3 dimana data yang digunakan yaitu penyampaian pelayanan dengan komunikasi eksternal kepada konsumen. Apabila nilai servqual score bernilai negatif (-), maka komunikasi eksternal kepada konsumen tidak sesuai dengan penyampaian pelayanan sedangkan jika nilai servqual score bernilai positif (+), maka komunikasi eksternal kepada konsumen sesuai dengan penyampaian pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

$$\text{Skor Gap 4} = \text{Komunikasi eksternal} - \text{Penyampaian pelayanan} \quad (8)$$

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur dilakukan dengan menghitung uji validitas dan reliabilitas dari setiap atribut kualitas pelayanan yang telah disebar. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 responden. Hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Uji Validitas

Atribut	Kuesioner	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
FQ1	Tampilan menu kafe yang menarik perhatian bagi konsumen.	0,361	0,725	Valid
FQ2	Kafe menyajikan makanan dan minuman yang lezat.	0,361	0,434	Valid
FQ3	Kafe menyajikan makanan yang baru dimasak secara langsung.	0,361	0,579	Valid
FQ4	Kafe menyajikan menu yang beragam.	0,361	0,518	Valid
SQ1	Karyawan kafe memberikan perhatian penuh kepada konsumen.	0,361	0,602	Valid
SQ2	Karyawan kafe cepat tanggap dalam membantu konsumen.	0,361	0,654	Valid
SQ3	Kafe memiliki karyawan yang sopan dan ramah.	0,361	0,684	Valid
SQ4	Kafe menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan.	0,361	0,687	Valid
PV1	Kafe memiliki harga menu yang terjangkau.	0,361	0,639	Valid
PV2	Kafe memberikan pengalaman yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.	0,361	0,684	Valid
A1	Kafe menjaga kebersihan ruangan.	0,361	0,364	Valid
A2	Kafe menjaga kebersihan fasilitas meja, kursi dan alat makan.	0,361	0,481	Valid
A3	Kafe memberikan rasa aman dan nyaman ketika berada di dalam ruangan.	0,361	0,409	Valid
C1	Kafe memiliki lokasi yang strategis.	0,361	0,723	Valid
C2	Kafe memiliki lokasi yang mudah dijangkau.	0,361	0,792	Valid
C3	Konsumen kafe dapat melakukan pembayaran dengan berbagai metode.	0,361	0,667	Valid
C4	Konsumen dapat memesan menu pada kafe melalui aplikasi online.	0,361	0,564	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS, seluruh atribut dikatakan valid dikarenakan hasil perhitungan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.2

Tabel 3.2 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.886	17

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS, seluruh atribut dikatakan reliabel dikarenakan hasil perhitungan rumus Alpha Cronbach $> 0,60$.

3.2 Hasil Pengolahan Data Gap 5

Hasil pengolahan data Gap 5 terdapat 5 atribut bernilai positif (+) yang artinya konsumen sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Terdapat 12 atribut yang bernilai negatif (-) yang artinya konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan akan menjadi input data yang akan digunakan pada model kano.

Tabel 3.3 Hasil Pengolahan Data Gap 5

No	Dimensi	Kode Atribut	persepsi Konsumen	Ekspektasi Konsumen	Servqual Score Gap 5	Interpretasi Nilai Gap 5	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Rata-rata Kepentingan	Bobot Kepentingan	Nilai Gap 5 dengan Bobot Kepentingan	Keterangan
1	Food Quality	FQ1	3,71	3,54	0,17	+	3,60	3,69	0,20	0,03	Puas
2		FQ2	3,65	3,65	0,00	+	3,83			0,00	Puas
3		FQ3	3,55	3,55	0,00	+	3,73			0,00	Puas
4		FQ4	3,69	3,50	0,18	+	3,59			0,04	Puas
5	Service Quality	SQ1	3,50	3,63	-0,13	-	3,58	3,71	0,20	-0,03	Tidak Puas
6		SQ2	3,51	3,62	-0,10	-	3,72			-0,02	Tidak Puas
7		SQ3	3,53	3,69	-0,15	-	3,74			-0,03	Tidak Puas
8		SQ4	3,53	3,67	-0,13	-	3,78			-0,03	Tidak Puas
9	Price and Value	PV1	3,51	3,54	-0,03	-	3,51	3,56	0,20	-0,01	Tidak Puas
10		PV2	3,51	3,58	-0,07	-	3,60			-0,01	Tidak Puas
11	Atmosphere	A1	3,70	3,64	0,06	+	3,84	3,83	0,21	0,01	Puas
12		A2	3,58	3,72	-0,14	-	3,87			-0,03	Tidak Puas
13		A3	3,54	3,63	-0,09	-	3,77			-0,02	Tidak Puas
14	Covenience	C1	3,39	3,42	-0,03	-	3,37	3,46	0,19	-0,01	Tidak Puas
15		C2	3,43	3,48	-0,05	-	3,39			-0,01	Tidak Puas
16		C3	3,56	3,68	-0,11	-	3,70			-0,02	Tidak Puas
17		C4	3,44	3,56	-0,12	-	3,36			-0,02	Tidak Puas

3.3 Hasil Pengolahan Data Model Kano

Berdasarkan hasil Pengolahan data pada Tabel 3.3, model kano digunakan untuk mengkategorikan atribut-atribut kualitas pelayanan yang masih dirasa kurang oleh konsumen. Hasil kategori kano menunjukkan prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. Hasil kategori kano yang di dapatkan yaitu kategori Must-be sebanyak 1 atribut, kategori One-dimensional sebanyak 10 atribut dan kategori indifferent sebanyak 1 atribut.

Tabel 3.4 Hasil Kategori Kano

Atribut	Kategori Kano						Total	Hasil Kategor	CS	DS
	O	M	A	I	R	Q				
SQ1	7	23	11	64	0	0	105	I	0,17	-0,29
SQ2	40	24	9	30	2	0	105	O	0,48	-0,62
SQ3	40	26	12	25	2	0	105	O	0,50	-0,64
SQ4	42	20	13	27	2	1	105	O	0,54	-0,61
PV1	29	21	22	33	0	0	105	O	0,49	-0,48
PV2	32	21	16	36	0	0	105	O	0,46	-0,50
A2	49	18	15	23	0	0	105	O	0,61	-0,64
A3	35	22	17	30	1	0	105	O	0,50	-0,55
C1	31	14	15	44	1	0	105	O	0,44	-0,43
C2	33	20	13	37	1	1	105	O	0,45	-0,51
C3	27	23	17	36	2	0	105	O	0,43	-0,49
C4	23	24	14	41	1	2	105	M	0,36	-0,46

3.4 Hasil Pengolahan Data Gap 1

Hasil pengolahan data berdasarkan Tabel 3.3 pada perhitungan Gap 1 menunjukkan bahwa terdapat 7 atribut yang bernilai negatif. Atribut yang bernilai negatif menunjukkan bahwa manajemen belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen merasa belum puas. dapat dikatakan juga bahwa penyebab konsumen merasa tidak puas pada Gap 5 adalah Gap 1.

Tabel 3.5 Hasil Pengolahan Data Gap 1

No	Dimensi	Kode Atribut	Ekspektasi Konsumen	Persepsi Manajemen	Servqual Score Gap 1	Interpretasi Nilai Gap 1	Keterangan
1	Food Quality	FQ1					
2		FQ2					
3		FQ3					
4		FQ4					
5	Service Quality	SQ1	3,63	3,00	-0,63	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
6		SQ2	3,62	4,00	0,38	+	Penyebab Gap 5 (-) BUKAN Gap 1
7		SQ3	3,69	3,50	-0,19	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
8		SQ4	3,67	4,00	0,33	+	Penyebab Gap 5 (-) BUKAN Gap 1
9	Price and Value	PV1	3,54	3,00	-0,54	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
10		PV2	3,58	3,00	-0,58	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
11	Atmosphere	A1					
12		A2	3,72	3,00	-0,72	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
13		A3	3,63	3,00	-0,63	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1
14	Covenience	C1	3,42	3,50	0,08	+	Penyebab Gap 5 (-) BUKAN Gap 1
15		C2	3,48	3,50	0,02	+	Penyebab Gap 5(-) BUKAN Gap 1
16		C3	3,68	4,00	0,32	+	Penyebab Gap 5(-) BUKAN Gap 1
17		C4	3,56	3,50	-0,06	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 1

3.5 Hasil Pengolahan Data Gap 2

Hasil pengolahan data berdasarkan Tabel 3.5 pada perhitungan Gap 2 menunjukkan bahwa terdapat 5 atribut yang bernilai negatif. Dapat dipastikan bahwa hasil negatif ini merupakan akar permasalahan pada Gap 5 dimana persepsi manajemen terhadap standar pelayanan belum sesuai dengan harapan konsumen yang diinginkan. Penyebab ketidakpuasan konsumen pada Gap 5 merupakan permasalahan yang terdapat pada Gap 2 sehingga dapat dikatakan ketidakpuasan pada Gap 5 penyebabnya adalah Gap 2.

Tabel 3.6 Hasil Pengolahan Data Gap 2

No	Dimensi	Kode Atribut	Persepsi Manajemen	Standar Pelayanan	Servqual Score Gap 2	Interpretasi Nilai Gap 2	Keterangan
1	Food Quality	FQ1					
2		FQ2					
3		FQ3					
4		FQ4					
5	Service Quality	SQ1					
6		SQ2	4,00	3,50	-0,50	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 2
7		SQ3					
8		SQ4	4,00	3,50	-0,50	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 2
9	Price and Value	PV1					
10		PV2					
11	Atmosphere	A1					
12		A2					
13		A3					
14	Covenience	C1	3,50	3,00	-0,50	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 2
15		C2	3,50	3,00	-0,50	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 2
16		C3	4,00	3,00	-1,00	-	Penyebab Gap 5 ADALAH Gap 2
17		C4					

3.6 Analisis dan Usulan Perbaikan

Usulan perbaikan yang dijadikan acuan yaitu atribut-atribut berdasarkan hasil perhitungan analisis Gap 5 yang bernilai negatif serta prioritas perbaikan utama pada model kano. Analisis dan usulan perbaikan yang dapat dilihat pada Tabel 3.7 Analisis dan Usulan

Tabel 3.7 Analisis dan Usulan

Atribut	Penyebab Ketidakpuasan	Kondisi Saat Ini	Usulan Perbaikan
<p>SQ1 Karyawan kafe memberikan perhatian penuh kepada konsumen.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen</p>	<p>Karyawan yang terdapat pada XYZ kurang menunjukkan perhatian penuh kepada konsumen dikarenakan karyawan fokus dengan pekerjaannya.</p>	<p>Karyawan perlu meningkatkan keahliannya (soft skill dan hard skill) dengan mengikuti pelatihan yang diadakan oleh manajemen seperti memahami berbagai macam aturan dalam memberikan pelayanan agar dapat melayani konsumen dengan baik</p>
<p>SQ2 Karyawan kafe cepat tanggap dalam membantu konsumen.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 2 karena standar pelayanan belum memenuhi harapan dalam membantu konsumen.</p>	<p>Karyawan tidak selalu mampu memberikan pelayanan yang cepat tanggap dalam membantu konsumen.</p>	<p>Manajemen dapat memberikan pelatihan dalam menangani konsumen dan manajemen juga dapat menambah atau memberlakukan pembagian kerja kepada karyawan dalam melayani konsumen serta manajemen perlu melakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan dari performansi karyawannya.</p>
<p>SQ3 Kafe memiliki karyawan yang sopan dan ramah.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen mengenai perilaku karyawan.</p>	<p>Karyawan pada XYZ sudah menunjukkan perilaku sopan dan ramah kepada konsumen pada saat melayaniataupun tidak melayani.</p>	<p>Manajemen dan karyawan dapat meningkatkan atau mempertahankan terkait etika pada saat melayani dengan baik dan melakukan evaluasi rutin terkait performansi karyawan.</p>
<p>SQ4 Kafe menyajikan menu yang sesuai dengan pesanan.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 2 karena standar pelayanan belum memenuhi harapan konsumen dalam menyajikan menu.</p>	<p>Karyawan menyajikan menu dengan sesuai namun terkadang terdapat human error sehingga terdapat kekeliruan dalam pesanan konsumen.</p>	<p>Manajemen perlu melakukan pelatihan kepada karyawan (soft skill dan hard skill) berupa pelatihan membuat makanan atau minuman agar karyawan dapat menguasai menu dengan baik. Cara ini dapat meminimalisir human error karena karyawan telah terbiasa dengan pelatihan yang diadakan</p>
<p>PV1 Kafe memiliki harga menu yang terjangkau.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen</p>	<p>Harga yang ditawarkan kepada konsumen sudah terjangkau namun tidak semua konsumen dapat menyesuaikan dengan harga yang ditawarkan.</p>	<p>Manajemen perlu melakukan research terlebih dahulu terkait harga pasar yang ditawarkan serta melakukan penyesuaian harga dan menu agar seluruh konsumen dapat menikmati menu yang ditawarkan.</p>
<p>PV2 Kafe memberikan pengalaman yang sebanding dengan harga yang dibayarkan.</p>	<p>Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen mengenai pengalaman yang didapatkan konsumen.</p>	<p>Masih terdapat beberapa konsumen yang merasakan bahwa pengalaman yang didapatkan pada saat berada di kafe belum sesuai dengan harapan konsumen.</p>	<p>Manajemen perlu melakukan research terkait cita rasa yang akan diberikan kepada konsumen seperti memberikan tester makanan dan mencari kekurangan cita rasa dari menu yang ditawarkan untuk dilakukan perbaikan serta membuat lingkungan kafe lebih menarik</p>

Tabel 3.7 Analisis dan Usulan (Lanjutan)

Atribut	Penyebab Ketidakpuasan	Kondisi Saat Ini	Usulan Perbaikan
A2 Kafe menjaga kebersihan fasilitas meja, kursi dan alat makan.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen mengenai kebersihan yang ada.	Kebersihan pada kafe belum sepenuhnya terlaksana karena masih terdapat debu yang menempel pada meja dan kursi karena berada diluar ruangan sedangkan untuk alat makan cukup bersih.	Manajemen perlu melakukan evaluasi terhadap performansi karyawannya serta karyawan memastikan bahwa fasilitas tersebut dalam keadaan bersih sebelum ditempati oleh konsumen salah satunya dengan cara melakukan controlling rutin
A3 Kafe memberikan rasa aman dan nyaman ketika berada di dalam ruangan.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen mengenai rasa aman dan nyaman	Kafe sudah memiliki tempat yang cukup aman dan nyaman bagi konsumen yang akan mengunjungi kafe namun terdapat kendala seperti penataan letak meja dan kursi yang terkadang membuat konsumen menjadi tidak nyaman.	Manajemen perlu menata ulang tata letak fasilitas, penataan tata letak meja dan kursi dengan efektif sehingga dapat membuat konsumen merasa lebih nyaman ketika berada di lingkungan kafe
C1 Kafe memiliki lokasi yang strategis.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 2 karena standar pelayanan belum memenuhi harapan konsumen mengenai lokasi kafe yang strategis	Kafe memilih target pasar disekitar lingkungan kafe sehingga konsumen yang berada di luar lingkungan kafe merasakan lokasi kafe yang kurang strategis.	Manajemen perlu melakukan research terkait lokasi yang akan ditempati dan melakukan evaluasi terhadap lokasi memperluas target pasar konsumen
C2 Kafe memiliki lokasi yang mudah dijangkau.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 2 karena standar pelayanan belum memenuhi harapan konsumen	Kafe memilih target pasar disekitar lingkungan kafe sehingga konsumen yang berada di luar lingkungan daerah kafe merasa bahwa lokasi kafe tidak mudah dijangkau.	Manajemen perlu memberikan penjelasan terkait akses jalan yang dapat dilalui oleh konsumen untuk sampai ke kafe salah satunya dengan menggunakan media google maps
C3 Konsumen kafe dapat melakukan pembayaran dengan berbagai metode.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 2 karena standar pelayanan belum memenuhi harapan konsumen terkait kemudahan dalam bertransaksi.	Metode pembayaran yang ada pada kafe masih dirasa kurang lengkap sehingga dapat menyebabkan konsumen kesulitan dalam melakukan transaksi.	Manajemen perlu mengembangkan serta menambahkan beberapa metode pembayaran. Hal ini dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi di kafe.
C4 Konsumen dapat memesan menu pada kafe melalui aplikasi online.	Penyebab ketidakpuasan pada atribut ini yaitu Gap 1 karena persepsi manajemen belum memenuhi harapan konsumen terkait kemudahan dalam memesan menu pada aplikasi.	Manajemen telah bermitra dengan Gojek sehingga dapat memudahkan konsumen untuk memesan menu dimanapun dan kapanpun.	Manajemen perlu meningkatkan dan mengevaluasi terkait standar kinerja aplikasi online dan menambahkan aplikasi lain serta memberikan informasi kepada konsumen bahwa menu dapat dipesan melalui aplikasi yang lainnya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa dari 17 atribut terdapat 12 atribut kualitas pelayanan yang bernilai negatif atau konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Penyebab ketidakpuasan tersebut dapat berasal dari kesenjangan antara persepsi manajemen dengan harapan dari konsumen, standar pelayanan yang diberikan dan penyampaian pelayanan yang belum sesuai dengan standar yang digunakan oleh perusahaan.

4.2 Saran

Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan dengan memperbaiki atribut yang bernilai negatif pada Gap 5. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan harapan konsumen dalam mendapatkan kualitas pelayanan. Saran untuk manajemen XYZ diharapkan mempertimbangkan usulan-usulan terkait perbaikan kualitas sesuai dengan prioritas utama yang harus dilakukan perbaikan oleh manajemen.

5. DAFTAR PUSTAKA

Anwar, L. A. (2017). Pengaruh Dining Service Quality (Dineserv) Terhadap Customer Satisfaction Dan Revisit Intention (Survei Pada Konsumen D'cost Seafood Restaurant Malang Town Square). Universitas Brawijaya Malang, 36-38.

Liung, H., Syah, T.Y.R. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Meningkatkan Loyalitas Di Moderasi Harga. Jurnal Ekonomi Volume 8 Nomor 2, 32-44.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. (1990). Delivering Quality service: Balancing Customer Perceptions and Exxpectations. The free press, New York

Ramadhani, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Persepsi Nilai Dan Dampaknya Terhadap Sikap Dan Loyalitas Pengunjung Coffee Shop Di Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 32-36.

Roflin, E. (2022). Metode Menghitung Besar Sampel Pada Penelitian Kesehatan. Pekalongan: Pt. Nasya Expanding Management.

Rottie, R. F., Sukpto, P., & Harindja, J. (2017). Peningkatan Kualitas Pelayanan Rumah Makan X Dengan Integrasi Metode Dineserv, Zot, Dan Qfd. Journal Fakultas Teknik Universitas Parahyangan, 1-10.