

# **Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di X Berdasarkan Hasil Analisis Metode Servqual dan Kano Model**

**Rahadi Oktaviana<sup>1\*</sup>, Ir. Yanti Helianty, M.T.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri,  
Institut Teknologi Nasional Bandung  
Email : rahadioktav@mhs.itenas.ac.id

Received 04 09 2023 | Revised 11 09 2023 | Accepted 11 09 2023

## **ABSTRAK**

*Persaingan akan mendorong pelaku bisnis untuk terus berkembang untuk memenangkan persaingan pasar. Salah satu pelaku bisnis yang melakukan inovasi pada pelayanan jasa yaitu bisnis coffee shop. X and Etc merupakan coffee shop yang bergerak di bidang bisnis kuliner terutama makanan dan minuman. Coffee shop ini memiliki permasalahan berupa keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan sehingga perlu dilakukan perbaikan. Penyelesaian permasalahan ini menggunakan metode Service Quality untuk mengukur kualitas layanan melalui analisis Gap dan Kano Model untuk mengkategorikan atribut-atribut yang menjadi prioritas utama dilakukan perbaikan. Pengolahan data yang dilakukan yaitu melakukan perhitungan Gap yang menghasilkan Gap 5, 1, 2 dan 3. Hasil negative pada Gap 5 akan dilakukan integrasi dengan metode kano model. Berdasarkan perhitungan analisis Gap, Gap 5 terdapat 14 atribut dengan hasil negative yang nantinya akan diintegrasikan dengan Kano Model dan hasil yang didapatkan yaitu kategori Must Be sejumlah 4 atribut, kategori One-Dimensional sejumlah 5 atribut, kategori Attractive sejumlah 1 atribut dan kategori Indifferent sejumlah 4 atribut. Hasil dari penelitian ini yaitu berupa strategi peningkatan kualitas pelayanan yang akan ditujukan pada X and Etc. Usulan strategi peningkatan kualitas yang akan dilakukan yaitu pada metode Kano Model pada kategori Must Be dan One-Dimensional.*

**Kata Kunci** : Service Quality, Analisis Gap, Kano Model

## **ABSTRACT**

*Competition will encourage business people to continue to grow to win market competition. One of the business people who innovate in service services is the coffee shop business. X and Etc is a coffee shop engaged in the culinary business, especially food and beverages. This coffee shop has problems in the form of consumer complaints about the quality of service so it needs to be improved. This problem solving uses the Service Quality method to measure Service Quality through Gap analysis and Kano Model to categorize attributes that are the top priority for improvement. The data processing carried out is to calculate the Gap which results in Gaps 5, 1, 2 and 3. Negative results in Gap 5 will be integrated with the model canoe method. Based on the calculation of the Gap analysis, Gap 5 has 14 attributes with negative results which will later be*

*integrated with the Kano Model and the results obtained are the Must Be category with 4 attributes, the One-Dimensional category with 5 attributes, the Attractive category with 1 attribute and the Indifferent category with 4 attributes. The results of this study are in the form of a Service Quality ranking strategy that will be aimed at X and Etc. The proposed quality improvement strategy that will be carried out is the Kano Model method in the Must Be and One-Dimensional categories.*

**Keywords** : *Service Quality, Gap Analysis, Canoe Model*

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat akan mendorong pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan memerlukan strategi yang baik untuk dapat memenangkan persaingan pasar. Persaingan adalah usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini terdiri dari beberapa bentuk termasuk pemotongan harga, iklan dan promosi penjualan, variasi kualitas, kemasan, desain dan segmentasi pasar (Abdul Aziz, 2008).

Salah satu pelaku bisnis yang melakukan inovasi pada pelayanan jasa yaitu bisnis *coffee shop*. X and Etc merupakan *coffee shop* yang bergerak di bidang bisnis kuliner terutama makanan dan minuman yang berada di jalan X. Kafe ini menyediakan menu yang terdiri dari banyak pilihan seperti *coffee*, *non-coffee*, *main course*, *speciall tea*, dan *dessert*. X and Etc memiliki beberapa fasilitas dengan keunggulan dan tentu memiliki kekurangan. Keunggulan yang ditawarkan yaitu memiliki banyak pilihan menu makanan minuman yang tersedia, tempat nyaman dan bersih, wifi yang kencang, memiliki toilet yang ber AC, dan memiliki tempat bagian indoor dan outdoor. Kekurangan dan permasalahan pelayanan yaitu terdapat pada lahan parkir yang kurang luas sehingga akan menyulitkan konsumen untuk parkir kendaraan pribadi, sudut kafe masih kurang bersih dan metode pembayaran belum lengkap.

berdasarkan hasil observasi serta melihat google review yang memiliki nilai rating keseluruhan 4,7/5 dari total 153 customer pada X and Etc terdapat permasalahan yang terjadi yaitu terdapat beberapa keluhan yang disebutkan melalui google review. Keluhan tersebut apabila tidak segera ditindaklanjuti akan memiliki dampak yang cukup berisiko untuk *coffee shop* ini, maka X and Etc perlu mengembangkan kualitas di seluruh aspek agar tidak menurunkan kepuasan konsumen. Permasalahan tersebut dapat diperbaiki dengan melakukan peningkatan kualitas terhadap pelayanan yaitu dengan menggunakan metode *Service Quality* untuk mengukur kualitas layanan melalui analisis Gap dan Kano Model untuk mengkategorikan atribut-atribut yang menjadi prioritas utama dilakukan perbaikan.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Identifikasi Atribut

Penyusunan atribut ini digunakan dalam melakukan penyusunan kuesioner yang didalamnya terdapat beberapa pertanyaan-pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh konsumen. Dimensi yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan DINESERV (*Dining Service Quality*). DINESERV merupakan metode yang digunakan untuk menilai persepsi konsumen tentang kualitas layanan khususnya pada sebuah restoran (Stevens et al., 1995). DINESERV

ini digunakan untuk mengukur ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan di tiga segmen restoran, yaitu *quick service*, *casual/theme*, dan *fine Dining*. Terdapat lima dimensi pada DINESERV yaitu *Food Quality*, *Service Quality*, *Price and Value*, *Atmosphere*, dan *Convenience*.

**Tabel 2.1 Identifikasi Atribut**

No. Atribut	Atribut
1	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang lezat
2	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang enak
3	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang fresh
4	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang segar
5	Kafe menyajikan menu yang bervariasi
6	Karyawan kafe berpenampilan rapi
7	Karyawan kafe bersikap ramah
8	Karyawan kafe bertutur kata yang baik
9	Karyawan kafe jelas dalam memberikan informasi menu
10	Karyawan kafe menguasai menu yang tersedia
11	Karyawan kafe cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen
12	Kafe memiliki tempat yang bersih
13	Kafe memiliki toilet yang bersih
14	Kafe memiliki tempat yang nyaman
15	Kafe memiliki tempat parkir yang luas
16	Kafe memiliki penampilan desain interior yang menarik.
17	Lokasi kafe mudah untuk dijangkau
18	Harga menu di kafe terjangkau
19	Mudah untuk melakukan pembayaran di kafe
20	Porsi makanan yang diberikan kafe sesuai dengan harga yang ditawarkan

## 2.2 Identifikasi Karakteristik Responden

Identifikasi karakteristik responden ini menjelaskan mengenai identifikasi responden dapat dilakukan kepada konsumen X and Etc. Konsumen yang akan dilakukan identifikasi yaitu rentang usia 15 tahun keatas dan memiliki gadget untuk melakukan pengisian kuesioner melalui google form serta responden yang dapat melakukan pengisian yaitu konsumen yang pernah mengunjungi X and Etc.

## 2.3 Penentuan Jumlah Sample Responden

Penentuan jumlah sample responden ini menjelaskan mengenai cara menentukan jumlah sample atau responden. Penentuan jumlah sample ini menggunakan rumus lemeshow karena rumus ini bertujuan untuk mengetahui suatu populasi yang jumlah pastinya belum diketahui. Rumus lemeshow dapat dilihat sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai tabel normal dengan tingkat kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = sampling error = 10%

hasil yang didapat yaitu sebesar 96,04 lalu dibulatkan menjadi 97 karena untuk memudahkan peneliti dalam mengambil jumlah responden maka dibulatkan lagi menjadi 100 responden.

### 2.4 Perancangan Kuesioner

Perancangan kuesioner ini menggunakan skala pengukuran likert. Skala likert pada penelitian ini digunakan untuk mengukur ekspektasi dan persepsi dari seseorang. Perancangan kuesioner ini terbagi menjadi 3 yaitu perancangan kuesioner tingkat kepentingan, perancangan kuesioner *Service Quality* yang terdiri dari ekspektasi konsumen dan persepsi konsumen, lalu perancangan kuesioner Kano Model yang terdiri dari functional dan dysfunctional.

**Tabel 2.2 Kuesioner Tingkat Kepentingan**

No. Atribut	Atribut	1	2	3	4
<b>Food Quality (Kualitas Makanan)</b>					
1	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang lezat				
2	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang enak				
3	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang fresh				
4	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang segar				
5	Kafe menyajikan menu yang bervariasi				
<b>Service Quality (Kualitas Pelayanan)</b>					
6	Karyawan kafe berpenampilan rapi				
7	Karyawan kafe bersikap ramah				
8	Karyawan kafe bertutur kata yang baik				
9	Karyawan kafe jelas dalam memberikan informasi menu				
10	Karyawan kafe menguasai menu yang tersedia				
11	Karyawan kafe cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen				
<b>Atmosphere (Suasana)</b>					
12	Kafe memiliki tempat yang bersih				
13	Kafe memiliki toilet yang bersih				
14	Kafe memiliki tempat yang nyaman				
15	Kafe memiliki tempat parkir yang luas				
16	Kafe memiliki penampilan desain interior yang menarik.				
<b>Convenience (Kenyamanan)</b>					
17	Lokasi kafe mudah untuk dijangkau				
<b>Price dan Value (Harga dan Nilai)</b>					
18	Harga menu di kafe terjangkau				
19	Mudah untuk melakukan pembayaran di kafe				
20	Porsi makanan yang diberikan kafe sesuai dengan harga yang ditawarkan				

**Tabel 2.3 Kuesioner Ekspektasi Konsumen**

No. Atribut	Atribut	1	2	3	4
<b>Food Quality (Kualitas Makanan)</b>					
1	X menyajikan makanan dengan rasa yang lezat				
2	X menyajikan minuman dengan rasa yang enak				
3	X menyajikan makanan dengan rasa yang fresh				
4	X menyajikan minuman dengan rasa yang segar				
5	X menyajikan menu yang bervariasi				
<b>Service Quality (Kualitas Pelayanan)</b>					
6	Karyawan X berpenampilan rapi				
7	Karyawan X bersikap ramah				
8	Karyawan X bertutur kata yang baik				
9	Karyawan X jelas dalam memberikan informasi menu				
10	Karyawan X menguasai menu yang tersedia				
11	Karyawan X cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen				
<b>Atmosphere (Suasana)</b>					
12	X memiliki tempat yang bersih				
13	X memiliki toilet yang bersih				
14	X memiliki tempat yang nyaman				
15	X memiliki tempat parkir yang luas				
16	X memiliki penampilan desain interior yang menarik.				
<b>Convenience (Kenyamanan)</b>					
17	Lokasi X mudah untuk dijangkau				
<b>Price dan Value (Harga dan Nilai)</b>					
18	Harga menu di X terjangkau				
19	Mudah untuk melakukan pembayaran di X				
20	Porsi makanan yang diberikan X sesuai dengan harga yang ditawarkan				

*Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan di X Berdasarkan Hasil Analisis Metode Servqual dan Kano Model*

**Tabel 2.4 Kuesioner Persepsi Konsumen**

No. Atribut	Atribut	1	2	3	4
<b>Food Quality (Kualitas Makanan)</b>					
1	X menyajikan makanan dengan rasa yang lezat				
2	X menyajikan minuman dengan rasa yang enak				
3	X menyajikan makanan dengan rasa yang fresh				
4	X menyajikan minuman dengan rasa yang segar				
5	X menyajikan menu yang bervariasi				
<b>Service Quality (Kualitas Pelayanan)</b>					
6	Karyawan X berpenampilan rapi				
7	Karyawan X bersikap ramah				
8	Karyawan X bertutur kata yang baik				
9	Karyawan X jelas dalam memberikan informasi menu				
10	Karyawan X menguasai menu yang tersedia				
11	Karyawan X cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen				
<b>Atmosphere (Suasana)</b>					
12	X memiliki tempat yang bersih				
13	X memiliki toilet yang bersih				
14	X memiliki tempat yang nyaman				
15	X memiliki tempat parkir yang luas				
16	X memiliki penampilan desain interior yang menarik.				
<b>Convenience (Kenyamanan)</b>					
17	Lokasi X mudah untuk dijangkau				
<b>Price dan Value (Harga dan Nilai)</b>					
18	Harga menu di X terjangkau				
19	Mudah untuk melakukan pembayaran di X				
20	Porsi makanan yang diberikan X sesuai dengan harga yang ditawarkan				

**Tabel 2.5 Kuesioner Model Kano *Functional***

No. Atribut	Atribut	S	M	N	T	TS
<b>Food Quality (Kualitas Makanan)</b>						
1	X menyajikan makanan dengan rasa yang lezat					
2	X menyajikan minuman dengan rasa yang enak					
3	X menyajikan makanan dengan rasa yang fresh					
4	X menyajikan minuman dengan rasa yang segar					
5	X menyajikan menu yang bervariasi					
<b>Service Quality (Kualitas Pelayanan)</b>						
6	Karyawan X berpenampilan rapi					
7	Karyawan X bersikap ramah					
8	Karyawan X bertutur kata yang baik					
9	Karyawan X jelas dalam memberikan informasi menu					
10	Karyawan X menguasai menu yang tersedia					
11	Karyawan X cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen					
<b>Atmosphere (Suasana)</b>						
12	X memiliki tempat yang bersih					
13	X memiliki toilet yang bersih					
14	X memiliki tempat yang nyaman					
15	X memiliki tempat parkir yang luas					
16	X memiliki penampilan desain interior yang menarik.					
<b>Convenience (Kenyamanan)</b>						
17	Lokasi X mudah untuk dijangkau					
<b>Price dan Value (Harga dan Nilai)</b>						
18	Harga menu di X terjangkau					
19	Mudah untuk melakukan pembayaran di X					
20	Porsi makanan yang diberikan X sesuai dengan harga yang ditawarkan					

### 2.6 Kuesioner Model Kano Dysfunctional

No. Atribut	Atribut	S	M	N	T	TS
<b>Food Quality (Kualitas Makanan)</b>						
1	X tidak menyajikan makanan dengan rasa yang lezat					
2	X tidak menyajikan minuman dengan rasa yang enak					
3	X tidak menyajikan makanan dengan rasa yang fresh					
4	X tidak menyajikan minuman dengan rasa yang segar					
5	X tidak menyajikan menu yang bervariasi					
<b>Service Quality (Kualitas Pelayanan)</b>						
6	Karyawan X tidak berpenampilan rapi					
7	Karyawan X tidak bersikap ramah					
8	Karyawan X tidak bertutur kata yang baik					
9	Karyawan X tidak jelas dalam memberikan informasi menu					
10	Karyawan X tidak menguasai menu yang tersedia					
11	Karyawan X tidak cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen					
<b>Atmosphere (Suasana)</b>						
12	X tidak memiliki tempat yang bersih					
13	X tidak memiliki toilet yang bersih					
14	X tidak memiliki tempat yang nyaman					
15	X tidak memiliki tempat parkir yang luas					
16	X tidak memiliki penampilan desain interior yang menarik.					
<b>Convenience (Kenyamanan)</b>						
17	Lokasi X sulit untuk dijangkau					
<b>Price dan Value (Harga dan Nilai)</b>						
18	Harga menu di X tidak terjangkau					
19	Sulit untuk melakukan pembayaran di X					
20	Porsi makanan yang diberikan X tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan					

### 2.5 Pengujian Alat Ukur

Alat ukur disini menggunakan 2 pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk menyatakan bahwa atribut yang digunakan itu valid atau tidak. Uji validitas didapat dengan menghitung perbandingan antara nilai  $R_{hitung}$  dengan nilai  $R_{tabel}$ . Suatu atribut dikatakan valid jika nilai menunjukkan bahwa  $R_{hitung} > R_{tabel}$ . Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari alat ukur terhadap objek yang sama. Suatu atribut dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha  $> 0,6$ .

### 2.6 Pengolahan Data

Pengolahan data hasil kuesioner menggunakan 2 metode yaitu metode *Service Quality* yang terdiri dari pengolahan data Gap 5, 1, 2, 3 dan metode Kano Model.

a. Pengolahan Gap 5

Tahap Gap 5 yaitu perbandingan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 5 mendapat nilai negatif (-) maka konsumen dikatakan tidak puas, jika hasil perhitungan Gap 5 mendapat nilai positif (+) maka atribut yang bersangkutan tersebut perlu dipertahankan dikarenakan konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan.

b. Pengolahan Data kano

Pengolahan data kano model dilakukan setelah mendapatkan hasil rekapitulasi pengumpulan data dari perhitungan Gap 5 (-). Hasil kuesioner kano model terbagi menjadi kuesioner functional dan kuesioner dysfunctional. Perhitungan ini akan menghasilkan pengklasifikasian atribut yang sudah didapat kedalam kategori kano model

- diantaranya yaitu *Must Be* (M), *One dimensional* (O), *Attractive* (A), *Indifferent* (I), *Questionable* (Q), *Reverse* (R).
- c. Pengolahan Gap 1  
Tahap Gap 1 yaitu perbandingan antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 1 mendapat nilai negatif (-) maka persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dapat dikatakan belum sesuai dengan ekspektasi konsumen dan jika hasil Gap 1 yang mendapat nilai positif (+) atau 0, maka dapat dikatakan bahwa penyebab konsumen tidak puas bukan berasal dari Gap 1 dan perlu dilakukan perhitungan lanjutan yaitu Gap 2.
  - d. Pengolahan Gap 2  
Tahap Gap 2 perbandingan antara standar pelayanan dengan persepsi manajemen. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 2 mendapatkan hasil negatif (-) maka dapat dikatakan bahwa standar kinerja pelayanan belum dikatakan spesifik sehingga perlu dilakukan suatu perbaikan dan jika hasil Gap 2 mendapatkan nilai positif (+) atau 0, maka dapat dikatakan bahwa penyebab konsumen tidak puas bukan berasal dari Gap 2 dan perlu dilakukan perhitungan lanjutan yaitu Gap 3.
  - e. Pengolahan Gap 3  
Tahap Gap 3 yaitu perbandingan antara standar pelayanan dengan pelaksanaan pelayanan. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 3 mendapatkan hasil negatif (-) maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan pelayanan belum sesuai dengan ketetapan perusahaan dan jika hasil Gap 3 mendapatkan nilai positif (+) atau 0, maka dapat dikatakan bahwa penyebab konsumen tidak puas bukan berasal dari Gap 3 dan perlu dilakukan perhitungan lanjutan yaitu Gap 4.
  - f. Pengolahan Gap 4  
Tahap Gap 4 yaitu perbandingan antara penyampaian pelayanan dengan komunikasi eksternal. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 4 mendapatkan hasil negatif (-) maka dapat dikatakan komunikasi eksternal kepada konsumen tidak sesuai dengan penyampaian pelayanan dan jika hasil Gap 4 mendapat nilai positif (+), maka dapat dikatakan bahwa komunikasi eksternal kepada konsumen sesuai dengan penyampaian pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

## **2.7 Identifikasi Usulan Strategi Peningkatan Kualitas**

Usulan strategi peningkatan kualitas pelayanan ini nantinya akan diberikan pada atribut-atribut yang dirasa belum bisa memuaskan keinginan konsumen X and Etc. Strategi yang akan dijadikan perbaikan yaitu terdapat pada atribut yang bernilai negatif pada perhitungan Gap 5 pada metode *Service Quality* dan yang menjadi prioritas kategori pada metode Kano Model.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Pengujian Alat Ukur**

Pengujian alat ukur yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian dengan menggunakan 30 responden dikarenakan hasil pengujian mendekati kurva normal (Sugiyono, 2016).

#### **1. Uji validitas**

Uji validitas digunakan untuk menyatakan bahwa atribut yang digunakan itu valid atau tidak. Uji validitas digunakan dengan menghitung perbandingan antara nilai  $R_{hitung}$  dengan nilai  $R_{tabel}$ . Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan SPSS.

**Tabel 3.1 Uji Validitas**

No	Atribut	R <sub>tabel</sub>	R <sub>hitung</sub>	Keterangan
X1	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang lezat	0,361	0,662	Valid
X2	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang enak	0,361	0,695	Valid
X3	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang fresh	0,361	0,598	Valid
X4	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang segar	0,361	0,597	Valid
X5	Kafe menyajikan menu yang bervariasi	0,361	0,597	Valid
X6	Karyawan kafe berpenampilan rapi	0,361	0,617	Valid
X7	Karyawan kafe bersikap ramah	0,361	0,712	Valid
X8	Karyawan kafe bertutur kata yang baik	0,361	0,772	Valid
X9	Karyawan kafe jelas dalam memberikan informasi menu	0,361	0,772	Valid
X10	Karyawan kafe menguasai menu yang tersedia	0,361	0,556	Valid
X11	Karyawan kafe cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen	0,361	0,793	Valid
X12	Kafe memiliki tempat yang bersih	0,361	0,763	Valid
X13	Kafe memiliki toilet yang bersih	0,361	0,669	Valid
X14	Kafe memiliki tempat yang nyaman	0,361	0,774	Valid
X15	Kafe memiliki tempat yang luas	0,361	0,544	Valid
X16	Kafe memiliki penampilan desain interior yang menarik.	0,361	0,71	Valid
X17	Lokasi kafe mudah untuk dijangkau	0,361	0,702	Valid
X18	Harga menu di kafe terjangkau	0,361	0,593	Valid
X19	Mudah untuk melakukan pembayaran di kafe	0,361	0,785	Valid
X20	Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	0,361	0,600	Valid

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

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari alat ukur terhadap objek yang sama. Suatu atribut dikatakan lulus uji reliabilitas jika nilai cronbach's alpha  $> 0,6$ . Hasil perhitungan uji reliabilitas menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas yang didapat adalah 0,936. Perhitungan ini dikatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha  $> 0,6$ .

### 3.2 Hasil Pengolahan Data Gap 5

Tahap Gap 5 yaitu perbandingan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan Gap 5 mendapat nilai negatif (-) maka konsumen dikatakan tidak puas, jika hasil perhitungan Gap 5 mendapat nilai positif (+) maka atribut yang bersangkutan tersebut perlu dipertahankan dikarenakan konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan.

**Tabel 3.3 Hasil Pengolahan Data Gap 5**

No.	Persepsi Konsumen	Ekspektasi Konsumen	Score Gap 5	Interpretasi Gap 5	Rata-rata Tingkat Kepentingan	Bobot Tingkat Kepentingan	Nilai Gap 5 Dengan Bobot Kepentingan	Keterangan		
X1	3,21	3,60	-0,39	-	3,51	0,20	-0,08	tidak puas		
X2	3,34	3,49	-0,15	-			-0,03	tidak puas		
X3	3,40	3,33	0,07	+			0,01	puas		
X4	3,48	3,45	0,03	+			0,01	puas		
X5	3,32	3,40	-0,08	-			-0,02	tidak puas		
X6	3,36	3,50	-0,14	-	3,44	0,20	-0,03	tidak puas		
X7	3,54	3,45	0,09	+			0,02	puas		
X8	3,42	3,57	-0,15	-			-0,03	tidak puas		
X9	3,39	3,50	-0,11	-			-0,02	tidak puas		
X10	3,55	3,43	0,12	+			0,02	puas		
X11	3,46	3,51	-0,05	-	3,47	0,20	-0,01	tidak puas		
X12	3,44	3,57	-0,13	-			-0,03	tidak puas		
X13	3,71	3,66	0,05	+			0,01	puas		
X14	3,27	3,56	-0,28	-			-0,06	tidak puas		
X15	3,23	3,40	-0,18	-			-0,04	tidak puas		
X16	3,29	3,40	-0,11	-	3,45	0,20	-0,02	tidak puas		
X17	3,61	3,41	0,20	+			0,04	puas		
X18	3,28	3,45	-0,17	-			-0,03	tidak puas		
X19	3,55	3,46	-0,11	-			3,49	0,20	-0,02	tidak puas
X20	3,25	3,52	-0,27	-					-0,06	tidak puas

Berdasarkan hasil yang didapat setelah melakukan perhitungan, terdapat atribut dengan hasil *negative* pada Gap 5 berjumlah 14 atribut yaitu X1, X2, X5, X6, X8, X9, X11, X12, X14, X15, X16, X18, X19, X20. Hasil yang didapat menandakan bahwa konsumen kurang

merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan. Ketidakpuasan ini perlu dicari akar penyebab permasalahannya dengan menggunakan analisis Gap.

### 3.3 Rekapitulasi Pengolahan Gap

Rekapitulasi pengolahan Gap yaitu perbandingan seluruh pengolahan Gap yang telah dilakukan. Gap yang digunakan untuk mencari akar penyebab permasalahan yaitu Gap 1, Gap 2, dan Gap 3. Hasil rekapitulasi pengolahan Gap dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 3.4 Rekapitulasi Pengolahan Gap**

No	Atribut	Gap 5	Gap 1	Gap 2	Gap 3
X1	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang lezat	-0,46	0,15	-0,25	
X2	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang enak	-0,16	0,26	-0,25	
X3	Kafe menyajikan makanan dengan rasa yang <i>fresh</i>	0,02			
X4	Kafe menyajikan minuman dengan rasa yang segar	0,01			
X5	Kafe menyajikan menu yang bervariasi	-0,12	0,10	0,25	-0,25
X6	Karyawan kafe berpenampilan rapi	-0,23	-0,50		
X7	Karyawan kafe bersikap ramah	0,08			
X8	Karyawan kafe bertutur kata yang baik	-0,18	-0,07		
X9	Karyawan kafe jelas dalam memberikan informasi menu	-0,14	0,50	-0,25	
X10	Karyawan kafe menguasai menu yang tersedia	0,12			
X11	Karyawan kafe cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen	-0,07	0,24	0,00	-0,50
X12	Kafe memiliki tempat yang bersih	-0,14	-0,32		
X13	Kafe memiliki toilet yang bersih	0,05			
X14	Kafe memiliki tempat yang nyaman	-0,28	-0,06		
X15	Kafe memiliki tempat parkir yang luas	-0,20	0,10	-0,25	
X16	Kafe memiliki penampilan desain interior yang menarik	-0,11	0,10	0,25	-0,25
X17	Lokasi kafe mudah untuk dijangkau	0,18			
X18	Harga menu di kafe terjangkau	-0,20	-0,20		
X19	Mudah untuk melakukan pembayaran di kafe	-0,13	0,04	0,25	-0,25
X20	Porsi makanan yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	-0,29	-0,02		

Berdasarkan hasil rekapitulasi perhitungan Gap, penyebab terjadinya ketidakpuasan kualitas pelayanan pada Gap 5 *negative* yaitu terjadi pada Gap 1, Gap 2, dan Gap 3. Gap 1 yang menandakan bahwa manajemen masih kurang memahami atau salah menginterpretasikan ekspektasi konsumen. Gap 2 yang menandakan bahwa standar yang sudah ada masih dikatakan kurang jelas atau pemahaman manajemen terhadap ekspektasi konsumen masih belum sesuai dengan standar yang ditetapkan. Gap 3 yang menandakan

bahwa pelaksanaan dari standar yang sudah ada masih dikatakan kurang baik atau belum sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan.

### 3.4 Hasil Pengolahan Data Kano Model

Pengolahan data kano model dilakukan setelah mendapatkan hasil rekapitulasi pengumpulan data dari perhitungan Gap 5 (-). Hasil kuesioner kano model terbagi menjadi kuesioner functional dan kuesioner dysfunctional. Perhitungan ini akan menghasilkan pengklasifikasian atribut yang sudah didapat kedalam kategori kano model diantaranya yaitu *Must Be* (M), *One dimensional* (O), *Attractive* (A), *Indifferent* (I), *Questionable* (Q), *Reverse* (R).

Tabel 3.5 Hasil Pengolahan Data Kano Model

Atribut	Kategori Kano						Total	Keterangan	Hasil Kategori
	M	O	A	I	Q	R			
X1	36	32	16	18	0	0	102	AOM>IRQ	M
X2	23	44	18	17	0	0	102	AOM>IRQ	O
X5	19	34	18	31	0	0	102	AOM>IRQ	O
X6	35	23	21	23	0	0	102	AOM>IRQ	M
X8	27	27	22	26	0	0	102	AOM>IRQ	M
X9	21	30	27	24	0	0	102	AOM>IRQ	O
X11	35	40	13	14	0	0	102	AOM>IRQ	O
X12	29	32	24	17	0	0	102	AOM>IRQ	O
X14	21	18	30	33	0	0	102	AOM<IRQ	I
X15	13	17	38	34	0	0	102	AOM>IRQ	A
X16	20	26	23	33	0	0	102	AOM<IRQ	I
X18	26	25	23	28	0	0	102	AOM<IRQ	I
X19	29	18	29	26	0	0	102	AOM>IRQ	M
X20	28	17	23	34	0	0	102	AOM<IRQ	I

Berdasarkan hasil yang didapat yaitu terdapat beberapa atribut yang menunjukkan kategori *Must Be* (M), *One dimensional* (O), *Attractive* (A), dan *Indifferent* (I). Hasil yang didapat pada kategori *Must Be* (M) berjumlah 4 atribut yang dimana hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah. Hasil yang didapat pada kategori *One dimensional* (O) berjumlah 5 atribut yang dimana hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berhubungan lurus dengan kinerja atribut tersebut sehingga jika kinerja atribut itu tinggi maka akan mengakibatkan tingginya kepuasan konsumen. Hasil yang didapat pada kategori *Attractive* (A) berjumlah 1 atribut yang dimana hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen akan meningkat sangat tinggi apabila kinerja atribut tersebut ditingkatkan, tetapi jika kinerja atribut menurun tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan konsumen. Hasil yang didapat pada kategori *Indifferent* (I) berjumlah 4 atribut yang dimana hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen tidak akan berpengaruh pada hasil kinerja atribut tersebut.

### 3.5 Usulan Strategi Peningkatan Kualitas

Usulan strategi ini menjelaskan mengenai kualitas pelayanan pada X and Etc yang didapat berdasarkan hasil setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data, hasil usulan yang didapat sudah disesuaikan dengan permasalahan yang terdapat pada google review. Usulan strategi peningkatan kualitas pelayanan ini diberikan pada atribut-atribut yang dirasa belum bisa memuaskan keinginan dari konsumen yang dilihat dengan analisis Gap pada metode *Service Quality* dan kategori *Must Be* dan *One-Dimensional* pada metode Kano Model yang dapat sebagai berikut.

**Tabel 3.6 Usulan Strategi Peningkatan Kualitas**

Atribut	Penyebab	Tindakan
X and Etc menyajikan makanan dengan rasa yang lezat	Gap 2 (Standar yang ada kurang jelas dalam penyajian makanan)	Manajemen perlu melakukan evaluasi terkait dengan standar pembuatan seperti memperhatikan tingkat kematangan dengan mengatur waktu saat memasak, mengatur standar porsi makanan yang ditawarkan dan standar penyajian makanan
X and Etc menyajikan minuman dengan rasa yang enak	Gap 2 (Standar yang ada kurang jelas dalam penyajian minuman)	Manajemen perlu melakukan evaluasi terkait dengan standar pembuatan seperti memperhatikan tingkat takaran manis dan pahit pada saat menyajikan minuman, mengatur standar porsi minuman yang ditawarkan dan standar penyajian minuman
X and Etc menyajikan menu yang bervariasi	Gap 3 (Pelaksanaan pelayanan belum sesuai dengan standar yang sudah ada)	Karyawan X and Etc perlu untuk melakukan pelatihan atau mengikuti kelas memasak dan semacamnya agar inovasi terhadap makanan dan minuman dapat menjadi lebih bervariasi dan dapat menyesuaikan dengan keinginan konsumen
Karyawan X and Etc berpenampilan rapi	Gap 1 (Manajemen kurang paham mengenai etika berpenampilan rapi)	Manajemen perlu untuk melakukan research terkait dengan etika berpenampilan sopan dan rapi. research dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan dengan <i>coffee shop</i> lain atau memberikan kertas untuk konsumen mengisi kritik dan saran. Etika berpenampilan ini dapat menjadi fokus utama konsumen yang datang ke X and Etc
Karyawan X and Etc bertutur kata yang baik	Gap 1 (Manajemen kurang paham mengenai etika bertutur kata yang baik)	Manajemen perlu untuk melakukan research terkait dengan etika berpenampilan sopan dan rapi. research dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan dengan <i>coffee shop</i> lain memberikan kertas untuk konsumen mengisi kritik dan saran. Hal ini dilakukan agar menghindari obrolan yang kurang baik dari konsumen karena hal ini dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap X and Etc
Karyawan X and Etc jelas dalam memberikan informasi menu	Gap 2 (Standar yang ada kurang jelas dalam memberikan informasi menu)	Manajemen perlu untuk melakukan evaluasi standar dan melakukan penyamarataan informasi atau brainstorming terkait dengan menu yang nantinya akan diberikan kepada konsumen
Karyawan 8 Cups <i>Coffee</i> and Etc cepat tanggap saat menangani permintaan konsumen	Gap 3 (Pelaksanaan pelayanan belum sesuai dengan standar yang sudah ada)	Manajemen perlu melakukan reminder terhadap karyawan untuk meningkatkan efektifitas pada saat melakukan pekerjaannya sehingga seluruh permintaan konsumen dapat diatasi dengan cepat

**Tabel 3.6 Usulan Strategi Peningkatan Kualitas (Lanjutan)**

<b>Atribut</b>	<b>Penyebab</b>	<b>Tindakan</b>
X and Etc memiliki tempat yang bersih	Gap 1 (Manajemen kurang paham mengenai standar tempat yang bersih)	Manajemen dan karyawan perlu untuk meningkatkan kebersihan yang ada pada X and Etc dengan membuat jadwal piket setiap hari
Mudah untuk melakukan pembayaran di X and Etc	Gap 3 (Pelaksanaan pelayanan belum sesuai dengan standar yang sudah ada)	Manajemen perlu untuk mengembangkan dan menambah beberapa metode pembayaran seperti debit dan Qris. Hal ini dilakukan agar dapat memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi di X and Etc

## 4. KESIMPULAN

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 14 atribut kualitas pelayanan yang memiliki nilai *negative* yang menandakan bahwa konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan perlu dilakukannya upaya peningkatan kualitas pelayanan. Penyebab permasalahan ketidakpuasan konsumen dapat dilihat pada hasil analisis Gap serta hasil kategori *Must Be* dan *One-Dimensional*. Gap 1 terkait dengan pemahaman dari manajemen seperti yang terdapat pada atribut X6, X8, dan X12. Gap 2 terkait dengan standar yang kurang jelas seperti pada Atribut X1, X2, dan X9. Gap 3 terkait dengan pelaksanaan dari standar yang sudah ada seperti pada atribut X5, X11, dan X19.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu), 124.
- Stevens P, Knutson B, and Patton M. (1995). *DINESERV: a Tool for Measuring Service Quality in Restaurants*. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. Vol. 36. 56–60.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.