

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini akan dicantumkan beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan peneliti terdahulu sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan merujuk pada penelitian terdahulu maka dapat dilihat perbedaan dari masing – masing penelitian termasuk kelemahan penelitian terdahulu sehingga dapat dilengkapi pada penelitian yang akan dilakukan ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu.

Tabel 2.1 Posisi penelitian

| No. | Peneliti | Judul | Metode | Objek |
|-----|-----------------------|--|---|--|
| 1 | Chen, et.al (2014) | <i>Improving Employee Satisfaction Priority through Performance Control Matrix</i> | <i>Performnce control matrix (PCM)</i> | Karyawan, Industri air panas, Taiwan |
| 2 | Chen, et.al (2011) | <i>Integration SERVQUAL model and performance control matrix to improve service quality for the hot sping industry</i> | <i>SEVQUAL and Performance control Matrix (PCM)</i> | Karyawan Industri air panas, Taiwan |

| | | | | |
|---|-------------------|---|--|---|
| 3 | Rokhmat (2016) | Perbaikan Kualitas Layanan Hotel dengan Menggunakan Model <i>SERVQUAL</i> dan <i>Performance Control Matrix</i> | <i>SEVQUAL</i> dan <i>Performance control Matrix (PCM)</i> | Pelanggan University Hotel UIN Sunan Kalijaga |
| 4 | Budiono (2014) | Analisis Kualitas Pelayanan Komsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung | <i>SERVQUAL</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> | Konsumen mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung |
| 5 | Praja (2016) | Analisis Kepuasan Karyawan Dengan Model Integrasi Intqual dan Performance Control Matrix Di PT Judin Makmur Sejahtera | <i>Inqual</i> dan <i>Performance Control Matrix (SPCM)</i> | Karyawan di PT Judin Makmur Sejahtera |
| 6 | Cahyadi (2010) | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Pizza Hut Cabang Sut Plaza | Analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda | Pelanggan Restoran Pizza Hut Cabang Sut Plaza |

| | | | | |
|---|---------------------|--|---|---|
| 7 | Amprianti (2017) | Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode <i>SEVQUAL</i> dan <i>Service Performance</i> <i>Control Matrix</i> | <i>SEVQUAL</i> dan <i>Performance</i> <i>Control Matrix</i> (<i>PCM</i>) | Konsumen Rumah Makan D'Gejrot Kemek |
|---|---------------------|--|---|---|

Hsing Chen et.al, melakukan penelitian pada tahun 2014 mengenai prioritas tingkat kepuasan karyawan di Taiwanese menggunakan metode *Performance Control Matrix* (PCM). Pengambilan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada karyawan perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa 10 item ditemukan pada *improvement zone* yaitu waktu kerja yang tepat, gaji yang sesuai, keamanan kerja yang terjamin, anggaran pension yang terjamin, bonus yang sesuai, perusahaan dapat membantu menentukan ketika terjadi kepusasaan kepada pelanggan, pertukaran rencana yang menguntungkan, bonus pada waktu tertentu, pembagian keuntungan yang adil dan komunikasi dari atasan kepada karyawan yang terkendali.

Hsing Chen et.al, pada tahun 2011 melakukan penelitian mengenai peningkatan kualitas pada perusahaan air panas menggunakan metode *SEVQUAL* dan *Performance Control Matrix* (PCM) serta pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian tersebut adalah atribut yang berada pada *improvement zone* yaitu gaji yang baik, system kerja yang menyeluruh, sistem kerja yang fleksibel, bonus, promosi yang adil, keamanan

dalam bekerja, *retirement arrangement*. Chen juga melakukan studi literatur metode *Importance Performance Analysis* yang mengatakan bahwa kerangka metode IPA telah banyak dilakukan modifikasi dan pembagian empat kategori dianggap terlalu lebar untuk mengelompokkan atribut.

Rokhmat melakukan penelitian pada tahun 2016 mengenai kualitas pelayanan di University Hotel UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan metode *SERQUAL* dan *Performance Control Matrix* (PCM). Metode tersebut digunakan untuk menentukan gap antara harapan dan kenyataan layanan di hotel tersebut. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan melibatkan pelanggan hotel. Hasil penelitian menunjukkan mayoritas nilai harapan pelanggan lebih tinggi daripada kenyataan. Analisis menggunakan *Performance Control Matrix* mengklasifikasikan atribut-atribut kualitas kedalam tiga zona klasifikasi, atribut yang masuk dalam *improvement zone* adalah peralatan dan teknologi terbaru, akses internet yang cepat dan kecepatan karyawan dalam melayani konsumen. Atribut yang berada dalam *maintain zone* berjumlah 18 buah, diantaranya area parkir yang luas, penampilan karyawan yang rapi dan profesional serta lingkungan hotel yang nyaman.

Budiono melakukan penelitian pada tahun 2014 yang membahas tentang kualitas pelayanan di Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sontosa Soekarto-Hatta Bandung menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *gap* kualitas pelayanan konsumen serta strategi-strategi yang dapat dilakukan perusahaan

berdasarkan tingkat kepentingan dan performansinya. Penelitian ini terdiri dari 23 atribut pernyataan dengan hasil ditemukannya gap antara persepsi dan harapan konsumen. Nilai rata-rata Servqual adalah -0.41. Sedangkan perhitungan menggunakan *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa terdapat satu atribut berada di kuadran A, Sembilan atribut berada di kuadran B, Sembilan atribut berada di kuadran C dan empat atribut berada di kuadran D.

Praja pada tahun 2016 melakukan penelitian tentang kepuasan karyawan. Penelitian ini menggunakan metode *Inqual* dan *Performance Control Matrix*. Kepuasan karyawan dianggap sebagai fondasi untuk mendapatkan kepuasan pelanggan, karena karyawan adalah pemegang kontribusi yang paling besar terhadap tercapainya kepuasan pelanggan melalui penyampaian produknya secara langsung kepada pelanggan. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada karyawan perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat satu item pada dimensi motivasi yang berada pada *excellence zone* dengan nilai P_i sebesar 0.83 dan P_s sebesar 0.83. dan terdapat satu item pada *improvement zone* yang perlu dibenahi oleh perusahaan guna meningkatkan kualitas layanan terhadap karyawan.

Cahyadi pada tahun 2010 melakukan penelitian di Restoran Pizza Hut Cabang Sut Plaza. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi linear berganda menggunakan uji signifikansi simultan (uji-F), uji signifikansi parsial (uji-T) dan koefisien determinansi (R^2). Penelitian ini menggunakan 80 responden sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (x) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (y) restoran Pizza Hut cabang Sun Plaza.

Pada penelitian sebelumnya Chen pada tahun 2011 dan 2014, Praja tahun 2016 melakukan penelitian dengan metode serupa namun diterapkan pada internal perusahaan untuk mengukur kepuasan karyawan. Sedangkan Budiono menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* untuk mengelompokkan atribut kedalam empat bagian pada diagram kartesius, Namun Chen 2011 menganggap bahwa metode *Importance Performance Analysis* terlalu luas sehingga Chen menggunakan metode *Performance Control Matrix* yang terbagi menjadi tiga bagian dimana posisi kuadran 2 dan 3 pada IPA dapat dijelaskan secara menyeluruh pada *maintain zone* menggunakan metode *Performance Control Matrix*. Sedangkan Cahyadi tahun 2010 menggunakan metode Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linear Berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, metode ini hanya menunjukkan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atau tidak. Metode ini tidak memberikan prioritas ranking atribut dan juga tidak dapat menunjukkan tindakan untuk usulan perbaikan. Oleh karena itu pemilihan

metode *Servqual* dan *Performance Control Matrix* dianggap sebagai metode yang paling tepat pada penelitian ini. Pemilihan metode *Servqual* berfungsi untuk menentukan nilai antara persepsi pelanggan dan juga harapan pelanggan, sehingga dapat diketahui bagaimana kepuasan pelanggan terhadap rumah makan D'Gejrot Kemek. Sedangkan untuk metode *Performance Control Matrix* digunakan untuk mengklasifikasikan atribut kedalam tiga zona yaitu *excellent zone*, *maintain zone* dan *improvement zone* untuk mengetahui posisi atribut dan mengetahui tindakan apa saja yang diperlukan.

2.2. Definisi Jasa

Menurut Kotler (1998) jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa merupakan suatu hasil yang diciptakan melalui aktivitas dalam keterkaitan antara pemasok dan pelanggan melalui aktivitas internal pemasok, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Gasperz (2001).

Jasa adalah suatu produk yang tidak nyata (*intangible*) dari hasil kegiatan timbal balik antara produser dan konsumen melalui suatu atau beberapa aktivitas untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, Yoeti (2000). Menurut Zeithaml et.al dalam Yazid (2001), jasa mencakup semua aktifitas ekonomi yang keluarannya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan yang secara prinsip bersifat *intangible*.

Menurut Jasfar (2012), dalam ilmu ekonomi jasa adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau aktivitas dan bukan benda, yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible*, dimana konsumen terlibat secara aktif dalam proses produksi dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Dari pengertian tersebut, Supranto (2001), menyimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

2.3. Karakteristik Jasa

Jasa memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari barang atau produk manufaktur. Menurut Kotler (1998) jasa terbagi dalam empat karakteristik sebagai berikut:

1. Tidak berwujud

Jasa tidak memiliki bentuk fisik yang dapat diraba, dirasa, dilihat, didengar atau dicium sebelum dibeli. Tetapi dapat dirasakan setelah membelinya. Konsumen jasa tidak memiliki jasa yang dibelinya melainkan hanya dapat menggunakan, memanfaatkan, atau menyewa jasa tersebut. Konsumen jasa tidak dapat menilai hasil jasa sebelum menikmatinya sendiri, hal ini karena jasa mengandung unsur *experience quality*, yaitu karakteristik yang hanya dapat dinilai pelanggan setelah

mengkonsumsinya. Nilai penting dari *intangible* adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

2. Tidak terpisahkan

Pada umumnya jasa dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Karakteristik ini berarti pemberian jasa diperlukan interaksi langsung antara produsen dengan konsumen dan inilah unsur terpenting dari pemasaran jasa. Selain itu diperlukan perhatian khusus untuk keterlibatan pelanggan dalam proses jasa.

3. Bervariasi

Jasa memiliki sifat sangat *variable* yang merupakan *non-standardized output* yang artinya mempunyai banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Dalam melakukan pembelian jasa konsumen harus menyadari tingginya variasi dari jasa yang akan dibeli. Langkah yang perlu diambil dalam upaya pengendalian kualitas ada beberapa alternatif. Pertama adalah investasi dalam seleksi dan pelatihan karyawan yang baik. Kedua adalah menstandarisasi proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi. Ketiga adalah memantau kepuasan pelanggan lewat sistem saran dan keluhan, survei pelanggan dan belanja perbandingan sehingga pelayanan yang kurang dapat terdeteksi dapat diperbaiki.

4. Dapat musnah

Jasa bersifat tidak dapat disimpan. Namun ini tidak akan menjadi masalah jika jumlah permintaan tetap atau cenderung meningkat telah ada persiapan pengelolaan staf untuk menyediakan jasa. Akan menjadi masalah yang cukup rumit jika jumlah permintaan bersifat fluktuatif.

2.4. Klasifikasi Jasa

Menurut Tjiptono (2005), secara garis besar klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh kriteria pokok yaitu:

1. Segmen pasar

- a. Jasa yang ditujukan pada konsumen akhir seperti taksi, asuransi jiwa, catering, jasa tabungan dan pendidikan.
- b. Jasa bagi konsumen organisasi seperti biro periklanan, jasa konsultasi manajemen, jasa akuntansi dan perpajakan.

2. Tingkat keberwujudan

a. *Rented-good service*

Konsumen menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tarif yang disepakati selama jangka waktu spesifik.

b. *Owned-good service*

Perusahaan jasa melakukan pengembangan, peningkatan, pemeliharaan dan perawatan produk milik konsumen seperti AC, motor, arloji, computer dan lain-lain.

c. *Non-good service*

Jasa personal yang bersifat *intangible* yang ditawarkan kepada pelanggan seperti supir, penata rias, pemandu wisata dan lain-lain.

3. Keterampilan penyedia jasa

a. *Professional service* seperti dosen, konsultan manajemen, pengacara, dokter dan lain-lain.

b. *Non professional service* seperti supir taksi, tukang parkir, pengantar surat dan lain-lain.

4. Tujuan organisasi penyedia jasa

a. *Commercial service/profit service* seperti jasa penerbangan, bank, hotel dan lain-lain.

b. *Non-profit service* seperti sekolah, panti asuhan, perpustakaan, museum dan lain-lain.

5. Regulasi

a. *Regulated service* seperti jasa angkutan, media masa, perbankan dan lain-lain.

b. *Non-regulated service* seperti jasa makelar, catering, kost, asrama, kantin sekolah dan lain-lain.

6. Tingkat intensitas karyawan

a. *Equipment-based service* seperti cuci mobil otomatis, jasa sambungan telepon internasional dan lokal, ATM dan lain-lain.

b. *People-based service* seperti pelatih sepak bola, satpam, akuntan, bidan, dokter dan lain-lain

7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelayanan

- a. *High-contact service* seperti universitas, bank, dokter, penata rambut dan lain-lain.
- b. *Low-contact service* seperti bioskop, PLN, jasa komunikasi, jasa layanan pos dan lain-lain.

2.5. Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan konsepsi yang bersifat abstrak dan sulit dipahami. Karena kualitas jasa bersifat tidak berwujud, heterogen serta produksi dan dikonsumsi dalam waktu yang bersamaan. Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (dalam Tjiptono, 2002), kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa

perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa tersebut.

2.6. Dimensi Kualitas Jasa

Parasuraman (1990) menyusun lima dimensi utama kualitas jasa yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan instansi, serta penampilan karyawan.
2. Reliabilitas (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan instansi untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu konsumen dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap instansi dan instansi bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumennya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

5. Empati (*empathy*), instansi memahami masalah konsumennya dan bertindak demi kepentingan konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada konsumen dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.7. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer's satisfaction*) didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapan sebelumnya menggunakan jasa tersebut Zeithmal dan Bitner (dalam Jasfar, 2012). Menurut Hill et.al (dalam Tjiptono, 2012), kepuasan pelanggan merupakan suatu ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*).

Menurut Gerson (2002), pelanggan dapat dikatakan puas apabila sebuah produk atau jasa telah memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, karena apabila pelanggan tidak merasa puas, pelanggan akan menghentikan bisnisnya dengan perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat muncul jika kualitas produk atau jasa sebanding atau melebihi harapan pelanggan sebelum membelinya. Dengan demikian, kepuasan pelanggan akan datang dengan sendirinya. Sebaliknya apabila kekecewaan pelanggan yang timbul, perusahaan telah melakukan kesalahan yang merusak citranya. Hal ini akan menimbulkan akibat buruk bagi perusahaan sebab pelanggan akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan dari perusahaan pesaing.

Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan pelanggan. Hal ini dapat

meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Zeithmal dan Bitner (2003), terdapat bermacam-macam faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sebagai berikut:

1. Aspek barang dan jasa. Kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa dipengaruhi secara signifikan oleh penilaian pelanggan terhadap fitur barang dan jasa.
2. Aspek emosi pelanggan. Emosi atau perasaan dari pelanggan dapat mempengaruhi persepsi mengenai tingkat kepuasan terhadap barang dan jasa. Emosi ini berkaitan dengan suasana hati. Pada saat seorang pelanggan sedang mengalami suasana hati yang gembira, emosi akan mempengaruhi persepsi yang positif terhadap kualitas suatu jasa yang sedang dikonsumsi. Sebaliknya, jika emosi dan suasana hati sedang buruk akan membawa tanggapan yang buruk juga pada jasa yang sedang dikonsumsi.
3. Aspek pengaruh kesuksesan atau kegagalan jasa. Pelanggan biasanya dikagetkan dengan hasil suatu jasa dimana bisa lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan. Biasanya pelanggan cenderung untuk mencari penyebabnya. Hal inilah yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap barang dan jasa.
4. Aspek persepsi atas persamaan atau keadilan. Pelanggan akan bertanya-tanya kepada dirinya sendiri tentang apakah jasa yang diberikan kepada dirinya sama dengan yang diberikan kepada orang lain. Pemikiran

mengenai persamaan dan keadilan ini dapat mengubah persepsi pelanggan pada tingkat kepuasannya terhadap barang dan jasa tersebut.

5. Pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh orang lain. Seperti halnya pelanggan yang telah mengkonsumsi jasa secara langsung akan menceritakan pengalamannya keluarga atau rekan kerja berdasarkan kondisi yang diterimanya.

Kotler dan Amstrong (2004) menyatakan bahwa terdapat empat perangkat untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran (*complain and suggestion system*). Sebuah perusahaan yang berorientasi pada pelanggan biasanya menyediakan formulir/ kotak saran/ *hot-lines* dengan nomer gratis sehingga memudahkan pelanggan untuk memberikan saran dan keluhan. Perusahaan juga mempekerjakan staf khusus untuk segera menangani keluhan pelanggan sehingga masalah dapat diselesaikan dengan cepat.
2. Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*). Perusahaan melakukan survei secara berkala kepada pelanggan diberbagai tempat untuk mengetahui apakah mereka puas dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan, melalui pembagian kuesioner atau dengan wawancara secara langsung, melalui telepon atau *e-mail*. Hal ini dilakukan untuk memperoleh umpan balik secara langsung dari pelanggan. Pelanggan akan lebih respek terhadap perusahaan karena merasa diperhatikan oleh perusahaan tersebut.

3. Menyamar berbelanja (*ghost shopping*). Perusahaan menempatkan karyawannya sebagai pembeli potensial dengan tujuan untuk mengetahui apakah produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan standart perusahaan dan melaporkan hasil temuan tentang kekuatan dan kelemahan ketika membeli produk atau jasa perusahaan bahkan yang dimiliki oleh pesaing.
4. Analisis pelanggan yang hilang (*customers loss rate analysis*). Perusahaan melakukan analisis penyebab dari pelanggan yang berhenti membeli atau berganti ke perusahaan lain. Perusahaan secara langsung menanyakan pelanggannya untuk mengetahui penyebab hal tersebut sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pembuatan keijakan perbaikan masa kini dan masa yang akan datang, serta tentu saja diharapkan pelanggannya selalu loyal terhadap perusahaan.

2.8. SERVQUAL

Wijaya (2011) SERVQUAL merupakan instrumen yang dikembangkan dengan pilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat dan kebenaran yang cukup tinggi yang dapat digunakan manajemen perusahaan agar lebih mengerti bagaimana persepsi konsumen dan harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan. Harapan pelanggan dianggap sebagai peran yang penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan. Metode pengukuran kualitas yang dilakukan dengan cara membandingkan nilai variabel-variabel yang mempengaruhi harapan konsumen terhadap suatu kualitas pelayanan

dengan persepsi konsumen, sehingga dapat diketahui ada tidaknya kesesuaian antara kepentingan dan persepsi konsumen.

Menurut Tjiptono, (2012) Instrumen *Servqual* banyak diterapkan diberbagai perusahaan karena memiliki sejumlah keunggulan yaitu:

1. Instrumen *Servqual* telah berkembang menjadi semacam standar untuk penilaian atas berbagai dimensi kualitas layanan.
2. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa instrumen *Servqual valid* untuk berbagai konteks layanan.
3. Riset juga mengindikasikan bahwa kuesioner *servqual reliabel*, artinya pernyataan-pernyataan dapat diinterpretasikan secara sama oleh responden berbeda.
4. Instrumen *Servqual* memenuhi kriteria parsimony, karena hanya terdiri dari 22 item, sehingga bisa diisi dengan cepat oleh responden.
5. Instrumen *Servqual* memiliki prosedur analisis baku yang memudahkan interpretasi hasil.

SERVQUAL digunakan untuk menghitung *gap* antara persepsi konsumen terhadap jasa dan nilai harapan. Nilai selisih antara kepentingan dan persepsi konsumen yang memiliki nilai positif menunjukkan pelayanan yang dirasakan konsumen telah sesuai dengan harapan, sedangkan jika bernilai negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen belum sesuai dengan harapan.

Berikut adalah persamaan SERVQUAL menurut Zeithmal et al (dalam Tjiptono, 2005).

$$Q = P (\textit{Perceived Service}) - E (\textit{Expected Service})$$

Keterangan:

Q = kualitas pelayanan

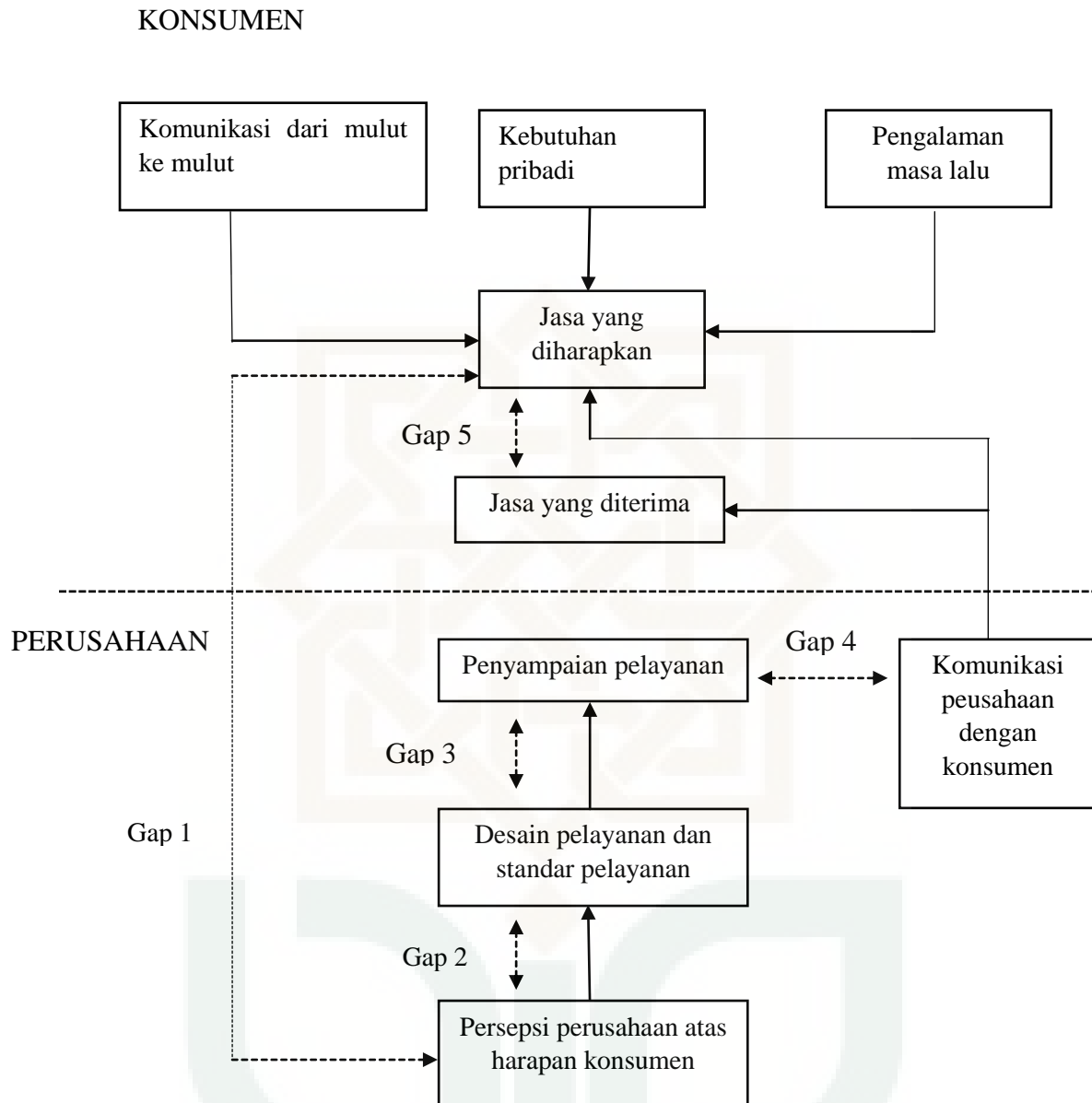
P = persepsi akan layanan

E = harapan akan layanan

Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan untuk setiap item variabel dapat dinilai oleh seluruh konsumen dengan menghitung rata-rata nilai *service quality* berdasarkan jumlah pernyataan variabel tersebut. Berikut tahap perhitungan n hitung:

1. Menjumlahkan nilai *service quality* yang diberikan setiap konsumen pada setiap pernyataan yang ada dalam variabel tersebut.
2. Menjumlahkan semua nilai yang ada pada langkah 1, dari semua konsumen dan membaginya dengan jumlah responden (n).
3. Mengulang langkah 1 dan 2.

SERVQUAL memiliki *gap-gap* didalamnya yang biasanya terjadi dan berpengaruh terhadap kualitas layanan. Parasuraman, Zeithmal, dan Berry (dalam Tjiptono, 2005) mengidentifikasi lima *gap* yang dapat menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa, meliputi:



Gambar 2.1. Model Kualitas Pelayanan

Sumber: Zeithmal et al. (dalam Tjiptono, 2005 hal 122-123)

1. Kesenjangan 1 (gap-1) merupakan kesenjangan antara pelanggan dan persepsi manajemen perusahaan. Kesenjangan tersebut terjadi akibat manajemen perusahaan salah mengerti apa yang menjadi harapan pelanggan.

2. Kesenjangan 2 (*gap-2*) merupakan kesenjangan antara persepsi manajemen perusahaan dengan spesifikasi mutu pelayanan. Kesenjangan itu terjadi sebagai akibat kesalahan penterjemahan persepsi manajemen perusahaan yang tepat atas harapan para pelanggan perusahaan kedalam bentuk spesifikasi mutu pelayanan. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak tepat dalam menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan 3 (*gap-3*) merupakan kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan. Keberadaan kesenjangan tersebut diakibatkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia untuk memenuhi standart mutu pelayanan.
4. Kesenjangan 4 (*gap-4*) merupakan kesenjangan pemberian pelayanan kepada pelanggan dan komunikasi eksternal. Kesenjangan tersebut terbentuk karena perusahaan ternyata tidak mampu memenuhi janji-janjinya yang dikomunikasikan secara eksternal melalui berbagai bentuk promosi.
5. Kesenjangan 5 (*gap-5*) merupakan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan kenyataan pelayanan yang diterima. Kesenjangan tersebut diakibatkan oleh tidak terpenuhinya harapan pelanggan.

Kesenjangan (*gap*) 1 sampai 4 harus dihilangkan terlebih dahulu untuk dapat menghilangkan kesenjangan (*gap*) 5. Karena kesenjangan 5 dianggap sebagai kesenjangan yang paling penting. Parasuraman, Berry,

Zeithmal (dalam Soetjipto, 1997) cara untuk menghilangkan kesenjangan tersebut adalah menghilangkan kesenjangan 1 hingga kesenjangan 4 sebagai berikut:

1. Menghilangkan kesenjangan 1 dengan memberikan kesempatan pada pelanggan untuk menyampaikan ketidakpuasan mereka kepada perusahaan, mencari tahu keinginan dan harapan pelanggan perusahaan sejenis, mencari tahu keinginan dan harapan pelanggan melalui perantara penjualan, melakukan penelitian yang mendalam terhadap pelanggan-pelanggan penting, menanyakan kepuasan para pelanggan setelah mereka bertransaksi dengan perusahaan, mempertinggi interaksi antara perusahaan dan pelanggan, memperbaiki kualitas komunikasi antar sumber daya manusia didalam perusahaan serta mengurangi birokrasi perusahaan.
2. Menghilangkan kesenjangan 2 dengan memperbaiki kualitas kepemimpinan perusahaan, mempertinggi komitmen sumber daya manusia terhadap kualitas pelayanan, standarisasi pekerjaan-pekerjaan tertentu terutama yang bersifat rutin serta penetapan tujuan yang ingin dicapai secara efektif atas dasar keinginan dan harapan pelanggan.
3. Menghilangkan kesenjangan 3 dengan memperjelas pembagian pekerjaan, meningkatkan kesesuaian antara SDM, teknologi, dan pekerjaan, mengukur kinerja dan memberikan balas jasa sesuai kinerja, memberikan kewenangan yang lebih besar kepada SDM yang lebih dekat dengan para pelanggan, membangun kerjasama antara SDM serta

memperluas para pelanggan seperti bagian dari keluarga besar perusahaan.

4. Menghilangkan kesenjangan 4 dengan memperlancar arus komunikasi antara unit personalia, pemasaran, dan operasional. Memberikan perhatian yang lebih besar pada aspek-aspek vital kualitas pelayanan, menjaga agar pesan-pesan yang disampaikan secara eksternal tidak membentuk harapan pelanggan yang melebihi kemampuan perusahaan serta mendorong pelanggan untuk menjadi pelanggan yang setia.

Pengukuran hasil survey dapat dilakukan dengan membandingkan antara rata-rata harapan dengan persepsi dari tiap butir instrumen. Dengan demikian didapatkan *gap* kesenjangan, yaitu selisih kenyataan dan harapan. Hasil > -1 berarti dianggap baik, dan hasil < -1 berarti kurang baik. Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen *servqual* dapat digunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas jasa pada berbagai level secara rinci, yaitu:

- a. *Item by item analysis*, misalnya, $P1 - H1$, $P2 - H2$, dan seterusnya.
- b. *Dimension by dimension analysis*, misalnya, $(P1+P2+P3+P4/4) - (H1+H2+H3+H4/4)$, dimana P1 samai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
- c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau *gap servqual*, yaitu $(P1+P2+P3+.....+P22/22) - (H1+H2+H3+.....+H22/22)$

Metode *Servqual* dikembangkan oleh Zeithmal menggunakan pendekatan *user-based approach*, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa.

Terdapat lima dimensi kualitas dalam SERVQUAL yaitu:

1. Keandalan (*reliability*). Merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*). Merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap dan peduli terhadap keluhan atau harapan pelanggan.
3. Jaminan kepastian (*assurance*). Merupakan kompetensi yang sedemikian hingga memberikan rasa aman dari bahaya, risiko atau keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki staf.
4. Empati (*emphaty*). Merupakan sifat dan kemampuan untuk memberikan perhatian penuh kepada pelanggan, kemudahan melakukan kontak, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan secara individual.
5. Bukti fisik (*tangible*). Merupakan wujud kenyataan secara fisik yang meliputi fasilitas, peralatan, pegawai dan sarana informasi atau komunikasi.

Tabel 2.2. Dimensi dan atribut model Servqual

| No. | Dimensi | Atribut |
|-----|--------------|--|
| 1. | Reliabilitas | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan sesuai yang dijanjikan 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan pelanggan 3. Menyampaikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan 4. Menyampaikan layanan secara benar sejak pertama kali 5. Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan |
| 2. | Daya tanggap | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu pelayanan 2. Layanan yang segera/cepat bagi pelanggan 3. Kesiediaan untuk membantu pelanggan 4. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan |
| 3. | Jaminan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan 2. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi 3. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan 4. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan |
| 4. | Empati | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan 2. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian 3. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan 4. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan 5. Waktu operasi (jam buka) yang nyaman |
| 5. | Bukti fisik | <ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan modern 2. Fasilitas yang berdaya tarik visual 3. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional 4. Materi-materi berkaitan dengan layanan yang berdaya tarik visual |

Sumber: Parasuraman, et.al (dalam (Tjiptono, 2014, hal 305)

Metode *servqual* secara garis besar terbagi menjadi 2 bagian yaitu:

1. Bagian ekspektasi, yang memuat pernyataan-pernyataan untuk mengetahui dengan pasti ekspektasi atau harapan umum dari konsumen terhadap sebuah jasa.
2. Bagian persepsi, yang memuat pernyataan-pernyataan untuk mengukur persepsi konsumen tentang pelayanan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan kategori tertentu.

2.9. Konsep *Performance Control Matrix*

Yang (dalam Chen, 2014) mengatakan bahwa kepentingan dan kepuasan dalam pelayanan adalah dua indikator yang digunakan untuk menunjukkan evaluasi dari responden. Oleh karena itu, banyak penelitian menggunakan model ini untuk meningkatkan kekurangan dari kualitas pelayanan. Baru-baru ini Chen pada tahun 2009 telah mengenalkan metode *Performance Control Matrix* yang mana menggarisbawahi kerangka yang telah diubah untuk mempertimbangkan hubungan antara kepentingan dan kepuasan.

Matriks kinerja telah diusulkan untuk menentukan strategi terbaik untuk meningkatkan kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan atau karyawan. Menurut Lambert dan Sharma matriks kinerja terdiri dari sembilan zona yang mewakili efektivitas berbagai item dalam sistem perbaikan (dalam Chen et.al, 2011). Berikut merupakan ilustrasi matriks kinerja.

| | | | |
|------------|--------------------|------------------|-------------------|
| Importance | Definitely improve | Improve | Maintain/ improve |
| | Improve | Maintain | Reduce/ maintain |
| | Maintain | Reduce/ maintain | Reduce/ maintain |

Performance evaluation

Gambar 2.2. Kinerja evaluasi matrix

Sumber: Lambert dan Sharma (dalam Chen et.al, 2011, hal 5381)

Tabel 2.2 Strategi layanan kinerja evaluasi matrix

| Zona | Strategi layanan |
|--|---|
| Tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi | Mempertahankan atau meningkatkan kualitas layanan |
| Tingkat kepentingan tinggi, kinerja menengah | Meningkatkan kualitas pelayanan |
| Tingkat kepentingan tinggi, kinerja rendah | Kepastian kualitas pelayanan |
| Tingkat kepentingan sedang, kinerja tinggi | Mengurangi atau mempertahankan kualitas layanan |
| Tingkat kepentingan sedang, kinerja menengah | Menjaga kualitas pelayanan |
| Tingkat kepentingan sedang, kinerja rendah | Meningkatkan kualitas pelayanan |
| Tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi | Mengurangi atau mempertahankan kualitas layanan |
| Tingkat kepentingan rendah, kinerja menengah | Mengurangi atau mempertahankan kualitas layanan |
| Tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah | Menjaga kualitas pelayanan |

Sumber: Lambert dan Sharma (dalam Chen et.al, 2011 hal 5381)

Kinerja matriks evaluasi telah banyak digunakan oleh penyedia layanan di berbagai industri untuk merumuskan strategi dalam peningkatan kualitas (Chen et.al, 2011). Metode evaluasi kualitas layanan akan sangat berguna bagi para manajer untuk mencari dan menentukan strategi perbaikan yang terbaik.

Chen et.al, 2011, telah memanfaatkan indikator kepentingan dan kepuasan dalam sebuah indeks penting (P_i) dan indeks kepuasan (P_s) untuk meningkatkan kualitas. Variabel acak yang digunakan yaitu I menunjukkan pentingnya dalam sumbu x , sedangkan S menandakan kepuasan dalam sumbu y . Skala titik k ($k=5$ point) diadopsi untuk mengevaluasi kepentingan dan kepuasan dari setiap item. Indeks dari kepentingan (P_i) dan kepuasan (P_s) dapat didefinisikan sebagai berikut:

$$P_i = \frac{X\bar{i} - \min}{R}$$

$$P_s = \frac{X\bar{s} - \min}{R}$$

Dimana:

P_i = indeks kepentingan

P_s = indeks kepuasan

$X\bar{i}$ = rata-rata kepentingan

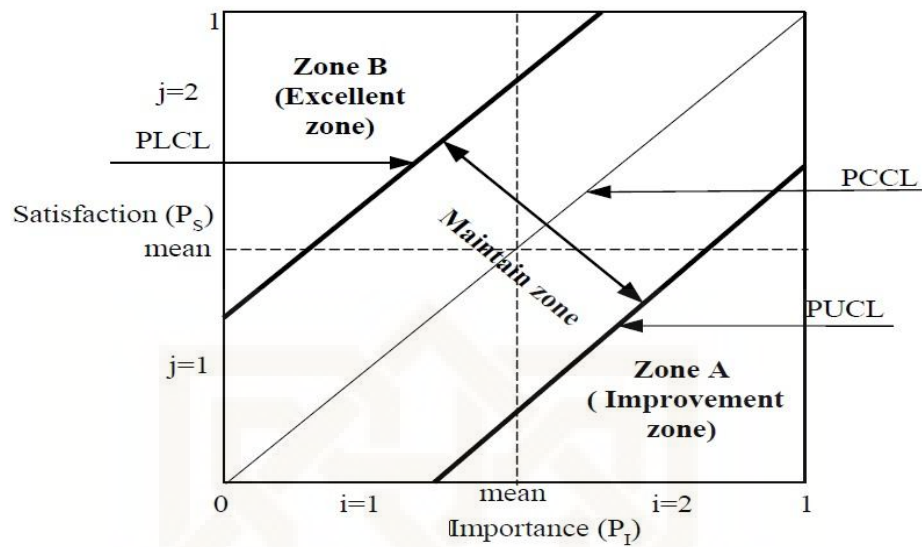
$X\bar{s}$ = rata-rata kepuasan

Min = nilai minimum pada skala k ,

R = kelengkapan skala $k=5$

Hung et.al (dalam Chen et.al, 2011) mengusulkan agar kinerja matriks dapat diadopsi pada metode peta kendali menurut Montgomery (dalam Chen et al, 2011). Kinerja matriks membatasi jangkauan ke daerah dalam waktu dua garis tebal untuk mendapatkan kinerja control matriks yang baru. Indeks ini menggunakan item layanan kualitas yang dipetakan kedalam matriks kinerja untuk menunjukkan batas-batas zona control kinerja. Atribut dalam zona ini ditentukan oleh garis diagonal yang dicap sebagai kinerja batas kendali atas (PUCL) dan kinerja batas kendali bawah (PLCL), yang didirikan menurut koordinat. Nilai-nilai yang diwakili oleh garis-garis ini memungkinkan tujuan diagnosis pada sebuah item yang dianggap dan mungkin diperlukan perbaikan (Chen et al,2011).

Untuk mengidentifikasi perbaikan hanya perlu untuk memperhatikan hal-hal yang berada di luar garis control PUCL dan PLCL. Item kualitas yang masuk kedalam zona x : zona perbaikan, memiliki kepentingan lebih dari pada kepuasan sehingga memerlukan sumber daya yang lebih banyak untuk meningkatkan kualitas. Sebaliknya item yang masuk pada zona y: zona baik sekali, memiliki lebih sedikit kepentingan daripada kepuasan sehingga membutuhkan lebih sedikit sumber daya pula untuk mencegah pemborosan.



Gambar 2.3. kinerja kontrol matrix

Sumber: Chen et.al (2014 hal,5382)

Pi dan Ps memiliki koordinat yang berbeda pada tiap area. Montgomery (dalam Chen et.al 2014) *stewhart control chat* didefinisikan sebagai tampilan garis kontrol dan nilai target diatur pada 0. Untuk menetapkan nilai batas kontrol atas (PUCL) dan nilai batas kontrol bawah (PLCL) adalah sebagai berikut:

$$PUCL = T + 3\sigma.$$

$$PCCL = T = 0$$

$$PLCL = T - 3\sigma.$$

Keterangan

σ = standart deviasi

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pelanggan rumah makan D'Gejrot Kemek yang berlokasi di Jl. Manggis CV VIII RT 07 RW 02 Blok C, Klebengan, Caturtunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281.

3.2. Data Penelitian

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 2 jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber atau objek penelitian, baik dilakukan melalui pengamatan langsung maupun wawancara. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu hasil survey dan pengisian kuesioner pelanggan D'Gejrot Kemek untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari perusahaan dan diperoleh tanpa melakukan pengamatan langsung, seperti jumlah karyawan, profil rumah makan D'Gejrot kemek. Selain itu data sekunder dapat diperoleh dari sumber lain seperti internet, artikel, buku dan studi pustaka yang berkaitan dengan penelitian.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pernyataan-pernyataan, kemudian harus diisi oleh responden untuk memperoleh alternatif jawaban. Kuesioner dapat berupa kuesioner terbuka maupun kuesioner tertutup. Penelitian kali ini menggunakan kuesioner tertutup untuk mendapatkan hasil yang spesifik.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung dilapangan. Tujuan observasi ini untuk mengetahui kondisi dan permasalahan secara langsung pada objek penelitian.

3. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan cara meneliti buku, jurnal, maupun literature lainnya dengan tujuan untuk mengetahui teori-teori yang berhubungan dengan penelitian.

3.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengolahan kuesioner

Tahap ini dimulai dengan penyusunan kuesioner, menggunakan instrument *servqual* yang didasarkan pada asumsi bahwa pelanggan

membandingkan bagaimana pelayanan yang relevan dengan standart yang ideal dan sempurna untuk setiap aspeknya. Analisis metode ini menggunakan pendekatan skala Likert dengan penilaian skala 1-5.

Berikut merupakan maksud dari skala tersebut:

- 1 = Sangat Tidak Memuaskan (STM)
- 2 = Tidak Memuaskan (TM)
- 3 = Cukup Memuaskan (CM)
- 4 = Memuaskan (M)
- 5 = Sangat Memuaskan (SM)

Adapun tabel pernyataan kuesioner yang akan digunakan pada penelitian kali ini. Kuesioner ini berisi tentang tingkat harapan dan kenyataan yang dirasakan pelanggan dari kualitas pelayanan di rumah makan D'Gejrot Kemek. Item-item kuesioner yang digunakan diadaptasi dari Cahyadi (2010) yang merupakan pernyataan dari kepuasan pelanggan di rumah makan. Pernyataan yang digunakan mengacu pada dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman et.al (dalam Tjiptono, 2007).

Tabel 3.1. Item pernyataan kuesioner

| No. | Dimensi | Pernyataan |
|-----|---|--|
| 1 | Keandalan (<i>reliability</i>) | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kemampuan dalam mengolah menu makan dan minuman yang disajikan |
| | | Karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda |
| | | Kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat anda membayar |
| | | Menu yang disajikan sesuai dengan yang anda pesan |
| 2. | Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) | Pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman |
| | | Pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan |
| | | Karyawan tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh |
| | | Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki waktu luang untuk membantu anda |
| 3. | Jaminan (<i>assurance</i>) | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki pengetahuan tentang menu yang anda pesan |
| | | D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman |
| | | Cita rasa menu yang disajikan D'Gejrot Kemek selalu sama setiap kali anda berkunjung |
| | | Pelanggan merasa aman pada saat berada di rumah makan D'Gejrot Kemek |
| | | Karyawan D'Gejrot Kemek selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan |
| 4. | Empati (<i>empathy</i>) | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan |
| | | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda |
| | | D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan anda |
| | | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial |
| 5. | Bukti fisik (<i>tangible</i>) | D'Gejrot Kemek memiliki dekorasi yang menarik |
| | | D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman |
| | | Fasilitas yang disediakan (kursi,meja,washtafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik |
| | | Karyawan D'Gejrot Kemek berpenampilan bersih dan rapi |
| | | Lokasi D'Gejrot Kemek mudah ditemukan |

Tahap kedua yaitu pendistribusian kuesioner yang dilakukan dengan dua langkah yaitu *pilot study* dan *main study*. Penyebaran kuesioner pada

pilot study berjumlah minimal 30 responden, sesuai dasar statistik bahwa jumlah sampel minimum adalah lebih besar atau sama dengan 30 ($n \geq 30$). Karena jumlah sampel lebih besar dari 30 akan memberikan lebih besar peluang untuk menghasilkan distribusi normal, sebagai salah satu asumsi yang harus dipenuhi dalam analisa (statistika) Singarimbun (1989). Untuk mengatasi kuesioner yang tidak kembali atau tidak dapat diolah maka pada *pilot study* kuesioner yang disebar sebanyak 40 buah.

2. Uji validitas dan uji reliabilitas

a. Uji validitas

Pada tahap ini dilakukan uji validitas dari hasil kuesioner *pilot study*.

Uji validitas menunjukkan perbedaan yang sebenarnya antara objek atau responden pada karakteristik yang diukur dan bukan karena adanya *systematic* atau *random error*. Syarat alat ukur dikatakan valid apabila koefisien korelasi antara skor item dengan total skor atribut adalah lebih besar dari nilai kritis. Pengujian validitas berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrument secara keseluruhan.

Menurut Supranto (2001), validitas suatu alat ukur (suatu kuesioner misalnya) menunjukkan seberapa jauh alat ukur tersebut bisa mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner yang tidak jelas atau tidak dapat dimengerti oleh responden dianggap tidak valid.

Salah satu cara untuk menguji validitas kuesioner adalah menggunakan metode korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum X_{ij}Y_{ij}) - (\sum X_{ij})(\sum Y_{ij})}{\sqrt{[N \sum X_{ij}^2 - (\sum X_{ij})^2][N \sum Y_{ij}^2 - (\sum Y_{ij})^2]}}$$

r = angka atau tingkat korelasi

N = jumlah responden

X_{ij} = skor pernyataan j dan responden i

Y_{ij} = skor total responden

b. Uji reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai seberapa jauh pengukuran bebas dari varian kesalahan acak (*free from random-error variance*), Supranto (2001). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu skala dapat memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan beberapa kali. Salah satu metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas atau keandalan alat ukur adalah *cranch alpha*. Koefisien *alpha*, yang semakin mendekati 1 berarti butir-butir pertanyaan dalam kuesioner semakin reliabel. Perhitungan reliabilitas dapat dilakukan menggunakan *software SPSS 17*.

3. Penentuan sampel

Untuk menentukan jumlah sampel minimum menggunakan rumus Bernoulli, Sedarmayanti (2002) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \ pxq}{e^2}$$

n = jumlah sampel minimum

$Z_{\alpha/2}$ = faktor tingkat keyakinan dari tabel normal

α = taraf signifikan

p = probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

q = probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel

e = kesalahan *sampling*

Penelitian ini menggunakan tingkat ketelitian (α) sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95% sehingga memperoleh nilai $Z=1.96$, nilai tingkat kesalahan (e) sebesar 10%. Probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel dan tidak diambil sebagai sampel sebesar 0.5. Maka perhitungan yang diperoleh jumlah sampel minimum menggunakan rumus diatas adalah:

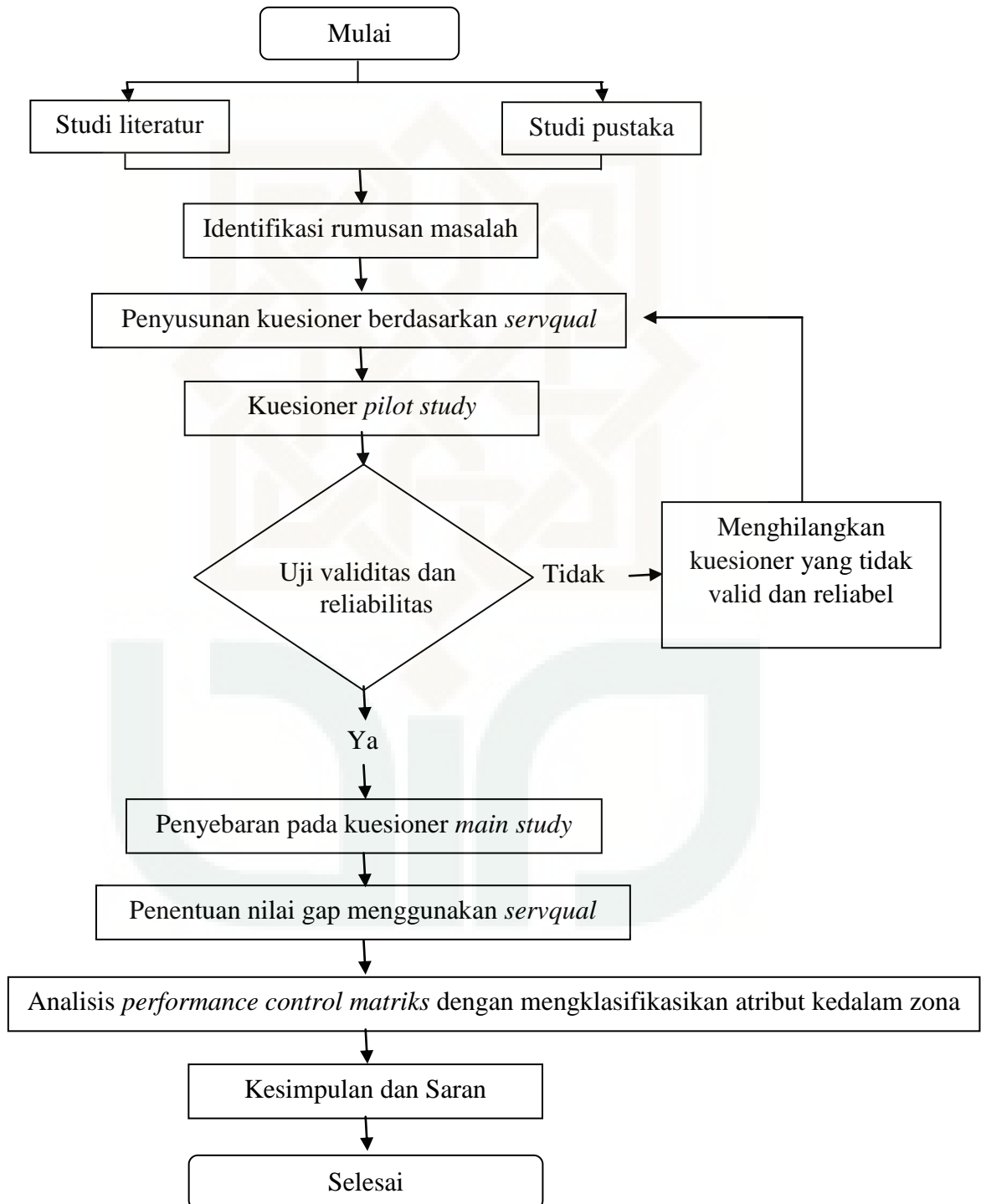
$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \\ &= \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2} \\ &= 96.04 = 97 \end{aligned}$$

4. Analisis dengan PCM

Analisis yang digunakan menggunakan *Performance Control Matrix* akan mengklasifikasikan atribut-atribut kedalam zona yang sudah ditentukan untuk memperoleh hasil penelitian.

3.5. Diagram Alir Penelitian

Gambaran umum dan langkah-langkah penelitian secara keseluruhan disajikan dalam diagram alir penelitian berikut:



Gambar 3.1 Diagram alir penelitian

Diagram alir diatas menunjukkan proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir. Langkah pertama yaitu melakukan studi literatur dan juga studi pustaka. Studi pustaka yang digunakan yaitu buku – buku dan jurnal yang membahas tentang kualitas jasa, *servqual* dan *performance control matriks*, sedangkan studi literatur yang digunakan merupakan peneliti terdahulu seperti Chen, Praja, Cahyadi, Rokhmat dan Budiono.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan identifikasi permasalahan pada objek penelitian yaitu masalah kualitas pelayanan di rumah makan D'Gejrot Kemek, kemudian pengambilan data menggunakan kuesioner yang merujuk pada metode *servqual* yang diadaptasi dari Cahyadi (2010). Selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner *pilot study* yang berjumlah 35 kuesioner dan diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Jika hasil pengujian didapatkan hasil yang valid maka langkah selanjutnya yaitu penyebaran kuesioner *main study* yang berjumlah 100 kuesioner. Hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan metode *servqual* untuk mengetahui kesenjangan antara kepuasan dan harapan pelanggan. Kemudian diintegrasikan menggunakan metode *performance control matrix* untuk mengelompokkan atribut kedalam tiga zona yaitu *excellence zone*, *maintain zone* dan *improvement zone*. Maka akan didapatkan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini.

BAB IV

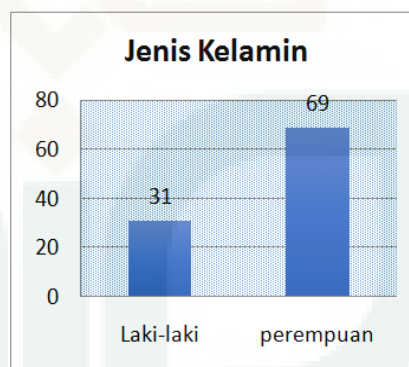
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Profil Responden

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah para konsumen rumah makan D'Gejrot Kemek Klebengan Yogyakarta. Dari hasil penyebaran kuesioner, didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, usia, dan frekuensi berkunjung. Berikut adalah hasil dari faktor demografi responden yang menjadi sampel penelitian ini.

4.1.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data karakteristik responden berdasarkan kategori jenis kelamin sebagai berikut:

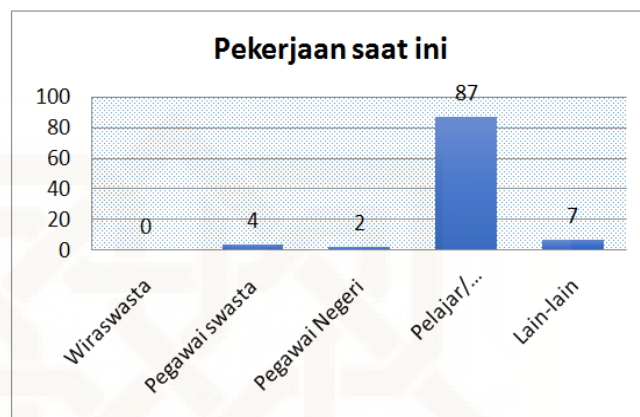


Gambar 4.1 Jenis kelamin responden

Berdasarkan diagram diatas jumlah prosentase responden perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki, yaitu perempuan sebesar 69% sedangkan laki-laki sebesar 31%.

4.1.2 Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data karakteristik responden berdasarkan kategori pekerjaan sebagai berikut:

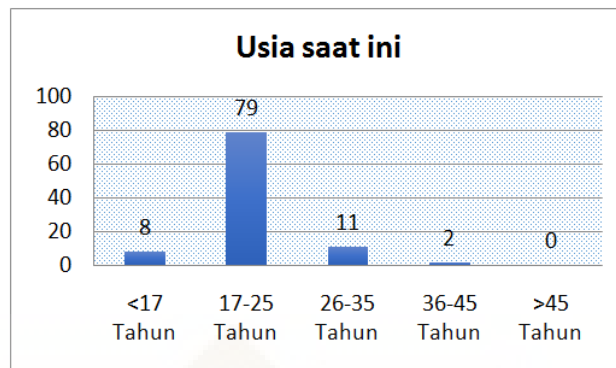


Gambar 4.2 Pekerjaan responden

Berdasarkan diagram diatas pada kategori pekerjaan, jumlah pelajar/mahasiswa memiliki prosentase paling besar yaitu 87%. Sedangkan prosentase untuk pekerjaan lain-lain sebesar 7%, pegawai swasta 4%, pegawai negeri 2% dan wiraswasta 0%.

4.1.3 Usia

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data karakteristik responden berdasarkan kategori usia sebagai berikut:

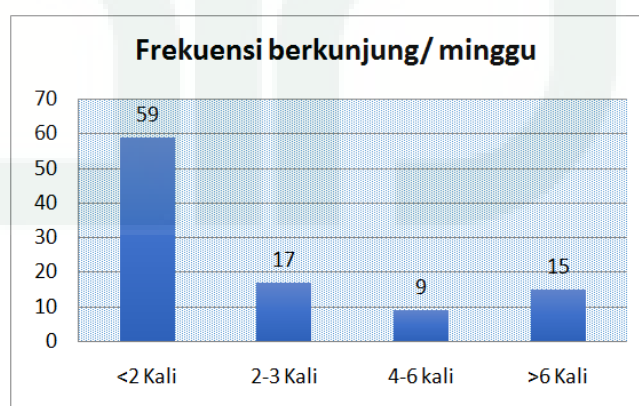


Gambar 4.3 Usia responden

Berdasarkan diagram diatas pada kategori usia, jumlah usia 17-25 tahun memiliki prosentasi paling besar yaitu 79%. Sedangkan usia 26-35 tahun memiliki prosentase sebesar 11%, <17 tahun sebesar 8%, 36-45 tahun sebesar 2% dan >45 tahun sebesar 0%.

4.1.4 Frekuensi Berkunjung

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh data karakteristik responden berdasarkan kategori frekuensi berkunjung sebagai berikut:



Gambar 4.4 Frekuensi berkunjung/minggu responden

Berdasarkan diagram diatas pada kategori frekuensi berkunjung/minggu, jumlah frekuensi berkunjung <2 kali memiliki prosentase paling besar yaitu 59% diikuti frekuensi berkunjung 2-3 kali sebesar 17%, kemudian frekuensi berkunjung >6 kali sebesar 15% dan terakhir 4-6 kali sebesar 9%.

4.2. Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar kepada konsumen rumah makan D'Gejrot Kemek untuk memperoleh data. Setelah data diperoleh selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan metode *servqual* dan *performance control matrix*.

4.2.1 Penyebaran Kuesioner

Untuk memperoleh data penelitian dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan melalui dua tahap yaitu *pilot study* dan *main study*. Atribut kuesioner disusun berdasarkan adaptasi dari peneliti terdahulu Cahyadi (2010), berisi 22 atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang dikelompokkan ke dalam 5 dimensi kualitas jasa.

Pada kuesioner *pilot study* kuesioner disebar sebanyak 40 buah. Dari 40 buah kuesioner yang dapat diolah adalah 35 kuesioner. Hal ini dikarenakan 3 kuesioner yang kembali hanya diisi pada kolom kepuasan sedangkan kolom harapan tidak diisi dan 2 kuesioner diisi sebanyak dua kali pada masing-masing atribut pernyataan sehingga 5 kuesioner tidak dapat digunakan. Hasil dari kuesioner *pilot study*

kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil pengujian tersebut 22 atribut pernyataan dinyatakan valid dan reliabel, sehingga 22 atribut pernyataan dapat digunakan untuk penyebaran kuesioner *main study*.

Pada penyebaran kuesioner *main study* kuesioner yang disebar sebanyak 110 buah, mengacu pada jumlah sampel yang telah ditentukan sebelumnya yaitu 97 responden. Dari 110 kuesioner yang disebar terdapat 100 kuesioner yang dapat digunakan. Selanjutnya hasil penyebaran kuesioner *main study* diolah menggunakan metode *servqual* dan *performance control matrix*.

4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi

Setelah dilakukan penyebaran *pilot study* sebanyak 35 kuesioner dan telah diperoleh data yang siap diolah, peneliti melakukan langkah selanjutnya yaitu Uji Validitas. Uji validitas yang dilakukan menggunakan bantuan program SPSS 17, dimana atribut yang dipakai berasal dari data hasil penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan sebesar 5% jika koefisien korelasi rendah/ tidak signifikan, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dari data yang diolah dengan SPSS 17, dengan $N=35$ maka r tabel 5% = 0.334. Jika R hitung $>$ R tabel maka butir pertanyaan dianggap valid. Dari 22 atribut pernyataan yang digunakan keseluruhan dianggap valid dan dapat digunakan kembali. Adapun

hasil dari pengolahan data dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil uji validitas kuesioner persepsi

| No | Variabel/ Butir Pertanyaan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|--------------------------------------|--|----------|---------|------------|
| <i>Keandalan (reliability)</i> | | | | |
| 1 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kemampuan dalam mengolah menu makan dan minuman yang disajikan | 0.388 | 0.334 | Valid |
| 2 | Karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda | 0.346 | 0.334 | Valid |
| 3 | Kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat anda membayar | 0.618 | 0.334 | Valid |
| 4 | Menu yang disajikan sesuai dengan yang anda pesan | 0.624 | 0.334 | Valid |
| <i>Daya Tanggap (responsiveness)</i> | | | | |
| 5 | Pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman | 0.523 | 0.334 | Valid |
| 6 | Pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan | 0.530 | 0.334 | Valid |
| 7 | Karyawan tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh | 0.497 | 0.334 | Valid |
| 8 | Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki waktu luang untuk membantu anda | 0.741 | 0.334 | Valid |
| <i>Jaminan (assurance)</i> | | | | |
| 9 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki pengetahuan tentang menu yang anda pesan | 0.750 | 0.334 | Valid |
| 10 | D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman | 0.520 | 0.334 | Valid |
| 11 | Cita rasa menu yang disajikan D'Gejrot Kemek selalu sama setiap kali anda berkunjung | 0.481 | 0.334 | Valid |
| 12 | Pelanggan merasa aman pada saat berada di rumah makan D'Gejrot Kemek | 0.556 | 0.334 | Valid |
| 13 | Karyawan D'Gejrot Kemek selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan | 0.767 | 0.334 | Valid |
| <i>Empati (empathy)</i> | | | | |

| | | | | |
|---------------------------------|--|-------|-------|-------|
| 14 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan | 0.349 | 0.334 | Valid |
| 15 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda | 0.699 | 0.334 | Valid |
| 16 | D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan anda | 0.545 | 0.334 | Valid |
| 17 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial | 0.831 | 0.334 | Valid |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | | | | |
| 18 | D'Gejrot Kemek memiliki dekorasi yang menarik | 0.560 | 0.334 | Valid |
| 19 | D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman | 0.415 | 0.334 | Valid |
| 20 | Fasilitas yang disediakan (kursi,meja,wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik | 0.460 | 0.334 | Valid |
| 21 | Karyawan D'Gejrot Kemek berpenampilan bersih dan rapi | 0.729 | 0.334 | Valid |
| 22 | Lokasi D'Gejrot Kemek mudah ditemukan | 0.396 | 0.334 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten dalam mengukur konsep yang akan diukur, uji reliabilitas ini dilakukan kepada jawaban realita dan harapan dengan menghitung nilai *Alpha* melalui program SPSS 17.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Hasil uji reliabilitas kuesioner persepsi

| No | Dimensi | Hasil <i>Alpha</i> | Keterangan |
|----|--|--------------------|------------|
| 1 | Keandalan (<i>reliability</i>) | 0.809 | Reliabel |
| 2 | Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | 0.782 | Reliabel |
| 3 | Jaminan (<i>assurance</i>) | 0.847 | Reliabel |
| 4 | Empati (<i>empathy</i>) | 0.784 | Reliabel |
| 5 | Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 0.816 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada tabel diatas hasil uji reliabilitas berdasarkan 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini pada dimensi Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*) dan Bukti Fisik (*tangible*). Berdasarkan kriteria penilaian untuk reliabilitas, seluruh data reliabel karena nilai *cronbach's alpha* ≥ 0.6 dan berada di kriteria reliabilitas baik dan dapat diterima.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan

Setelah dilakukan penyebaran *pilot study* dan telah diperoleh data yang siap diolah, peneliti melakukan langkah selanjutnya yaitu Uji Validitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui keakuratan kuesioner yang disebarkan. Uji Validitas dilakukan menggunakan bantuan program SPSS 17, dimana atribut yang dipakai berasal dari data hasil penyebaran kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan taraf signifikan 5%, jika koefisien korelasi rendah/tidak signifikan, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dari data yang diolah dengan SPSS 17, dengan N=35 maka r tabel 5% =0.334. Jika R hitung > R tabel maka butir pertanyaan dianggap valid. 22 atribut harapan juga dikatakan valid dan dapat digunakan. Adapun hasil dari pengolahan data dari penyebaran kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil uji validitas kuesioner harapan

| No | Variabel/ Butir Pertanyaan | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|--------------------------------------|--|----------|---------|------------|
| <i>Keandalan (reliability)</i> | | | | |
| 1 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kemampuan dalam mengolah menu makan dan minuman yang disajikan | 0.406 | 0.334 | Valid |
| 2 | Karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda | 0.524 | 0.334 | Valid |
| 3 | Kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat anda membayar | 0.521 | 0.334 | Valid |
| 4 | Menu yang disajikan sesuai dengan yang anda pesan | 0.436 | 0.334 | Valid |
| <i>Daya Tanggap (responsiveness)</i> | | | | |
| 5 | Pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman | 0.684 | 0.334 | Valid |
| 6 | Pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan | 0.600 | 0.334 | Valid |
| 7 | Karyawan tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh | 0.661 | 0.334 | Valid |
| 8 | Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki waktu luang untuk membantu anda | 0.686 | 0.334 | Valid |
| <i>Jaminan (assurance)</i> | | | | |
| 9 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki pengetahuan tentang menu yang anda pesan | 0.576 | 0.334 | Valid |
| 10 | D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman | 0.597 | 0.334 | Valid |
| 11 | Cita rasa menu yang disajikan D'Gejrot Kemek selalu sama setiap kali anda berkunjung | 0.584 | 0.334 | Valid |
| 12 | Pelanggan merasa aman pada saat berada di rumah makan D'Gejrot Kemek | 0.822 | 0.334 | Valid |
| 13 | Karyawan D'Gejrot Kemek selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan | 0.520 | 0.334 | Valid |
| <i>Empati (empathy)</i> | | | | |
| 14 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan | 0.748 | 0.334 | Valid |

| | | | | |
|---------------------------------|--|-------|-------|-------|
| 15 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda | 0.518 | 0.334 | Valid |
| 16 | D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan anda | 0.503 | 0.334 | Valid |
| 17 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial | 0.581 | 0.334 | Valid |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | | | | |
| 18 | D'Gejrot Kemek memiliki dekorasi yang menarik | 0.777 | 0.334 | Valid |
| 19 | D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman | 0.671 | 0.334 | Valid |
| 20 | Fasilitas yang disediakan (kursi,meja,wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik | 0.744 | 0.334 | Valid |
| 21 | Karyawan D'Gejrot Kemek berpenampilan bersih dan rapi | 0.562 | 0.334 | Valid |
| 22 | Lokasi D'Gejrot Kemek mudah ditemukan | 0.741 | 0.334 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten dalam mengukur konsep yang akan diukur, uji reliabilitas ini dilakukan kepada jawaban realita dan harapan dengan menghitung nilai *Alpha* melalui program SPSS 17.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Hasil uji reliabilitas kuesioner harapan

| No | Dimensi | Hasil <i>Alpha</i> | Keterangan |
|----|--|--------------------|------------|
| 1 | Keandalan (<i>reliability</i>) | 0.800 | Reliabel |
| 2 | Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | 0.828 | Reliabel |
| 3 | Jaminan (<i>assurance</i>) | 0.830 | Reliabel |
| 4 | Empati (<i>empathy</i>) | 0.740 | Reliabel |
| 5 | Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 0.878 | Reliabel |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada tabel diatas hasil uji reliabilitas berdasarkan 3 indikator yang digunakan dalam penelitian ini pada dimensi Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*) dan Bukti Fisik (*tangible*). Berdasarkan kriteria penilaian untuk reliabilitas, seluruh data reliabel karena nilai *cronbach's alpha* ≥ 0.6 dan berada di kriteria reliabilitas baik dan dapat diterima.

4.2.4 Identifikasi Jumlah Sampel

Pada penelitian kali ini penentuan sampel penelitian digunakan untuk mewakili populasi yang akan diteliti. Sampel yang dipilih adalah pelanggan yang pernah berkunjung ke rumah makan D'Gejrot Kemek minimal 3 kali. Karena penelitian ini tidak diketahui jumlah populasinya, maka untuk menentukan jumlah sampel minimum digunakan rumus Bernoulli :

$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \\ &= \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2} \\ &= 96.04 = 97 \end{aligned}$$

n = jumlah sampel minimum

a = taraf signifikan

p = probabilitas populasi yang tidak diambil sebagai sampel

q = probabilitas populasi yang diambil sebagai sampel

e =kesalahan *sampling*

Maka diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 97 responden. Pada penelitian ini menggunakan 100 kuesioner sebagai sampel, maka data dianggap lebih dari cukup.

4.3. Kesenjangan Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan

Skor *Servqual* selain menunjukkan kualitas jasa sebuah perusahaan juga menunjukkan kepuasan pelanggan perusahaan tersebut. Melalui perhitungan analisis maka dapat diketahui berapa besar *gap* (kesenjangan) antara tingkat persepsi masing-masing faktor dengan tingkat harapannya.

Tabel dibawah ini akan menunjukkan besarnya *gap* (kesenjangan) masing-masing faktor yang dianalisis.

Tabel 4.5 Analisis *gap* menggunakan *dimension-by-dimension*

| No | Dimensi | Jumlah Rata-rata persepsi | Jumlah Rata-rata Harapan | Nilai Persepsi | Nilai Harapan | GAP |
|----|--|---------------------------|--------------------------|----------------|---------------|--------|
| 1 | Keandalan (<i>reliability</i>) | 15.43 | 18.62 | 3.857 | 4.655 | -0.797 |
| 2 | Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) | 15.17 | 18.39 | 3.793 | 4.597 | -0.805 |
| 3 | Jaminan (<i>assurance</i>) | 19.46 | 23.34 | 3.892 | 4.668 | -0.776 |
| 4 | Empati (<i>empathy</i>) | 15.12 | 18.47 | 3.78 | 4.617 | -0.837 |
| 5 | Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | 17.1 | 22.58 | 3.42 | 4.516 | -1.096 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Telah disebutkan diatas bahwa jika skor *servqual* negatif maka menunjukkan bahwa pelanggan merasa kurang puas terhadap kualitas pelayanan dari perusahaan. Skor *servqual* yang diperoleh pada kualitas

pelayanan di rumah makan D'Gejrot Kemek menunjukkan nilai negatif, yang berarti kualitas pelayanan belum cukup memuaskan pelanggan.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *gap* untuk dimensi keandalan (*reliability*) adalah -0.797, nilai *gap* untuk dimensi daya tanggap (*responsiveness*) adalah -0.805, nilai *gap* untuk dimensi jaminan (*assurance*) adalah -0.776, nilai *gap* untuk dimensi empati (*empathy*) adalah -0.837 dan nilai *gap* untuk dimensi bukti fisik (*tangible*) adalah -1.096.

Dalam data tersebut dapat diketahui bahwa nilai harapan memang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai persepsi sehingga didapat *gap* dengan nilai negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa masih lemahnya kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan karena belum memenuhi harapan pelanggan dimana *gap* terbesar terdapat pada dimensi bukti fisik (*tangible*) yaitu -1.096.

Berikut adalah hasil perhitungan *gap* untuk masing-masing item pada *Servqual* untuk kuesioner persepsi dan harapan.

Tabel 4.6 Analisis *gap* menggunakan *item-by-item*

| No | Dimensi | Tingkat persepsi (X) | Tingkat Harapan (Y) | Rata-rata X | Rata-rata Y | GAP |
|----------------------------------|---|----------------------|---------------------|-------------|-------------|-------|
| Keandalan (<i>reliability</i>) | | | | | | |
| 1 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kemampuan dalam mengolah menu makan dan minuman yang disajikan | 369 | 452 | 3.69 | 4.52 | -0.83 |
| 2 | Karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda | 362 | 457 | 3.62 | 4.57 | -0.95 |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|--|-----|-----|------|------|-------|
| 3 | Kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat anda membayar | 405 | 464 | 4.05 | 4.64 | -0.59 |
| 4 | Menu yang disajikan sesuai dengan yang anda pesan | 407 | 489 | 4.07 | 4.89 | -0.82 |
| <i>Daya Tanggap (responsiveness)</i> | | | | | | |
| 5 | Pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman | 376 | 458 | 3.76 | 4.58 | -0.82 |
| 6 | Pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan | 381 | 458 | 3.81 | 4.58 | -0.77 |
| 7 | Karyawan tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh | 370 | 453 | 3.70 | 4.53 | -0.83 |
| 8 | Ketika anda membutuhkan sesuatu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki waktu luang untuk membantu anda | 390 | 470 | 3.90 | 4.70 | -0.8 |
| <i>Jaminan (assurance)</i> | | | | | | |
| 9 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki pengetahuan tentang menu yang anda pesan | 399 | 469 | 3.99 | 4.69 | -0.7 |
| 10 | D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman | 387 | 481 | 3.87 | 4.81 | -0.94 |
| 11 | Cita rasa menu yang disajikan D'Gejrot Kemek selalu sama setiap kali anda berkunjung | 370 | 452 | 3.70 | 4.52 | -0.82 |
| 12 | Pelanggan merasa aman pada saat berada di rumah makan D'Gejrot Kemek | 379 | 457 | 3.79 | 4.57 | -0.78 |
| 13 | Karyawan D'Gejrot Kemek selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan | 411 | 475 | 4.11 | 4.75 | -0.64 |
| <i>Empati (empathy)</i> | | | | | | |
| 14 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan | 359 | 459 | 3.59 | 4.59 | -0.1 |
| 15 | Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda | 380 | 465 | 3.80 | 4.65 | -0.85 |

| | | | | | | |
|---------------------------------|--|-----|-----|------|------|-------|
| 16 | D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan anda | 375 | 460 | 3.75 | 4.60 | -0.85 |
| 17 | Karyawan D'Gejrot Kemek memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial | 398 | 463 | 3.98 | 4.63 | -0.65 |
| Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | | | | | | |
| 18 | D'Gejrot Kemek memiliki dekorasi yang menarik | 333 | 451 | 3.33 | 4.51 | -1.18 |
| 19 | D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman | 310 | 455 | 3.10 | 4.55 | -1.45 |
| 20 | Fasilitas yang disediakan (kursi,meja,washtafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik | 352 | 452 | 3.52 | 4.52 | -0.1 |
| 21 | Karyawan D'Gejrot Kemek berpenampilan bersih dan rapi | 385 | 460 | 3.85 | 4.60 | -0.75 |
| 22 | Lokasi D'Gejro t Kemek mudah ditemukan | 330 | 440 | 3.30 | 4.40 | -1.1 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *gap* untuk dimensi keandalan (*reliability*) adalah item nomor 2 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan dengan nilai -0.95. Sedangkan nilai *gap* pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) adalah item nomor 7 yaitu karyawan tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh dengan nilai -0.83. Sedangkan nilai *gap* pada dimensi jaminan (*assurance*) adalah item nomor 10 yaitu D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman dengan nilai -0.94. Sedangkan nilai *gap* pada dimensi empati (*empathy*) adalah item nomor 15 dan 16 yaitu Karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan dan D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan pelanggan dengan nilai -0.85. Sedangkan nilai *gap* pada dimensi bukti fisik

(*tangible*) adalah item nomor 19 D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman dengan nilai -1.45

4.4. Analisis *Performance Control Matrix*

Setelah diketahui skor *servqual* selanjutnya dilakukan analisis kepentingan dan kepuasan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi atribut yang dianalisis maka dibuat diagram *Performance Control Matrix*, dimana untuk memperoleh titik-titik pada diagram tersebut perlu dihitung dahulu rata-rata nilai persepsi dan harapan. Hasil dari perhitungan tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.7 Perhitungan *Performance Control Matrix*

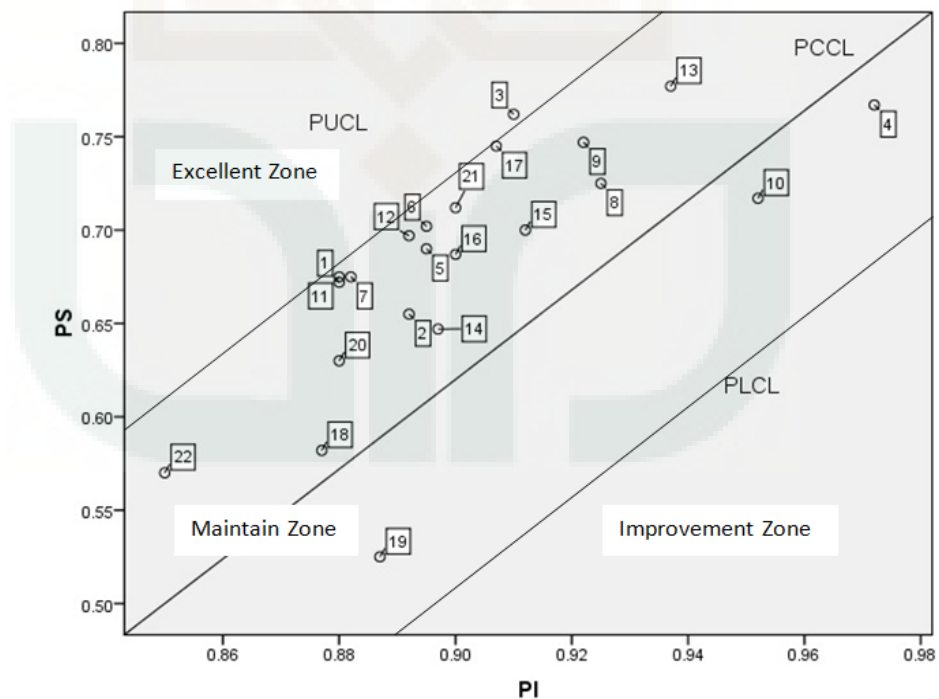
| No | Rata-rata (XI) | Rata-rata (YI) | PI | PS | Zone |
|----|----------------|----------------|-------|-------|----------------|
| 1 | 4.52 | 3.69 | 0.88 | 0.672 | Maintain Zone |
| 2 | 4.57 | 3.62 | 0.892 | 0.655 | Maintain Zone |
| 3 | 4.64 | 4.05 | 0.91 | 0.762 | Excellent Zone |
| 4 | 4.89 | 4.07 | 0.972 | 0.767 | Maintain Zone |
| 5 | 4.58 | 3.76 | 0.895 | 0.69 | Maintain Zone |
| 6 | 4.58 | 3.81 | 0.895 | 0.702 | Maintain Zone |
| 7 | 4.53 | 3.70 | 0.882 | 0.675 | Maintain Zone |
| 8 | 4.70 | 3.90 | 0.925 | 0.725 | Maintain Zone |
| 9 | 4.69 | 3.99 | 0.922 | 0.747 | Maintain Zone |
| 10 | 4.81 | 3.87 | 0.952 | 0.717 | Maintain Zone |
| 11 | 4.52 | 3.70 | 0.88 | 0.675 | Maintain Zone |
| 12 | 4.57 | 3.79 | 0.892 | 0.697 | Maintain Zone |
| 13 | 4.75 | 4.11 | 0.937 | 0.777 | Maintain Zone |
| 14 | 4.59 | 3.59 | 0.897 | 0.647 | Maintain Zone |
| 15 | 4.65 | 3.80 | 0.912 | 0.7 | Maintain Zone |
| 16 | 4.60 | 3.75 | 0.9 | 0.687 | Maintain Zone |

| | | | | | |
|----|------|------|-------|-------|---------------|
| 17 | 4.63 | 3.98 | 0.907 | 0.745 | Maintain Zone |
| 18 | 4.51 | 3.33 | 0.877 | 0.582 | Maintain Zone |
| 19 | 4.55 | 3.10 | 0.887 | 0.525 | Maintain Zone |
| 20 | 4.52 | 3.52 | 0.88 | 0.63 | Maintain Zone |
| 21 | 4.60 | 3.85 | 0.9 | 0.712 | Maintain Zone |
| 22 | 4.40 | 3.30 | 0.85 | 0.57 | Maintain Zone |

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hanya ada satu item yang termasuk kedalam *excellence zone*, yaitu item nomor 3 kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat pelanggan membayar.

Berikut adalah gambar diagram untuk masing-masing zona dalam *performance control matrix*.



Gambar 4.5 Diagram *Performance Control Matrix* atas tingkat kepentingan dan kepuasan

Dari gambar diagram diatas terlihat bahwa letak dari item-item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di rumah makan D'Gejrot Kemek terbagi dalam 3 zona. Berikut adalah interpretasi dari diagram berikut:

1. *Excellent Zone*

Zona ini menunjukkan kriteria baik sekali, Adapun satu item yang masuk dalam zona ini adalah item nomor 3 yaitu kasir D'Gejrot Kemek memiliki keakuratan dalam perhitungan administrasi pada saat pelanggan membayar.

2. *Maintain Zone*

Zona ini menunjukkan kriteria pertahanan, karena atribut dalam zona ini dapat dipertahankan sesuai dengan situasi sekarang. Ada banyak item yang masuk kedalam zona ini. Item-item yang masuk kedalam zona ini adalah sebagai berikut:

- Nomor 1 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kemampuan dalam mengolah menu makan dan minuman yang disajikan
- Nomor 2 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan
- Nomor 4 yaitu menu yang disajikan sesuai dengan yang pelanggan pesan
- Nomor 5 yaitu pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan makanan ataupun minuman
- Nomor 6 yaitu pelanggan tidak terlalu lama menerima menu yang dipesan

- Nomor 7 yaitu karyawan tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh
- Nomor 8 yaitu ketika pelanggan membutuhkan sesuatu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki waktu luang untuk membantu pelanggan
- Nomor 9 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki pengetahuan tentang menu yang pelanggan pesan
- Nomor 10 yaitu D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman
- Nomor 11 yaitu cita rasa menu yang disajikan D'Gejrot Kemek selalu sama setiap kali pelanggan berkunjung
- Nomor 12 yaitu pelanggan merasa aman pada saat berada di rumah makan D'Gejrot Kemek
- Nomor 13 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek selalu bersikap sopan dan sabar kepada pelanggan
- Nomor 14 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan
- Nomor 15 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan
- Nomor 16 yaitu D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan pelanggan
- Nomor 17 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social
- Nomor 18 yaitu D'Gejrot Kemek memiliki dekorasi yang menarik

- Nomor 19 yaitu D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman
- Nomor 20 yaitu Fasilitas yang disediakan (kursi,meja,washtafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik
- Nomor 21 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek berpenampilan bersih dan rapi
- Nomor 22 yaitu Lokasi D'Gejro t Kemek mudah ditemukan

3. *Improvement Zone*

Zona ini menunjukkan kriteria perbaikan, Atribut pada zona ini memerlukan lebih banyak sumber daya untuk diinvestasikan agar dapat meningkatkan kepuasan. Dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan tidak ada item yang berada pada zona perbaikan ini.

4.5. Pembahasan

4.5.1 Gambaran umum profil responden

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data, dapat diketahui bahwa pada gambaran umum responden pada karakteristik jenis kelamin perempuan sebesar 69% sedangkan laki-laki sebesar 31%. Pada kategori pekerjaan, jumlah pelajar/mahasiswa memiliki prosentase paling besar yaitu 87%. Sedangkan prosentase untuk pekerjaan lain-lain sebesar 7%, pegawai swasta 4%, pegawai negeri 2% dan wiraswasta 0%. Pada kategori usia, jumlah usia 17-25 tahun memiliki prosentasi paling besar yaitu 79%. Sedangkan usia 26-35 tahun memiliki

presentase sebesar 11%, <17 tahun sebesar 8%, 36-45 tahun sebesar 2% dan >45 tahun sebesar 0%.

Pada kategori frekuensi berkunjung/minggu, jumlah frekuensi berkunjung <2 kali memiliki presentase paling besar yaitu 59% diikuti frekuensi berkunjung 2-3 kali sebesar 17%, kemudian frekuensi berkunjung >6 kali sebesar 15% dan terakhir 4-6 kali sebesar 9%.

4.5.2 Kesenjangan tingkat persepsi dan harapan

Mengacu pada analisis *gap* terlihat bahwa kesenjangan terbesar adalah pada dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan skor persepsi sebesar 3.42 dan skor harapan sebesar 4.516 sehingga diperoleh nilai *gap* sebesar -1.096. Pada analisis *gap item-by-item* kesenjangan terbesar adalah item D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman dengan nilai persepsi 3.10 dan nilai harapan 4.55 sehingga menghasilkan nilai *gap* -1.45. hal ini membuktikan bahwa pelanggan belum sepenuhnya merasa puas dengan area parkir yang disediakan oleh rumah makan D'Gejrot Kemek.

Kemudian pada dimensi empati (*empathy*) dengan skor persepsi sebesar 3.78 dan skor harapan sebesar 4.617 sehingga memperoleh nilai *gap* sebesar -0.837 berada diposisi kedua. Kesenjangan terbesar adalah pada item nomor 15 dan 16 dengan skor -0.85 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan dengan skor persepsi 3.80 dan skor harapan 4.65 dan D'Gejrot Kemek memiliki jam buka sesuai dengan keinginan pelanggan

dengan nilai skor persepsi 3.75 dan skor harapan 4.60. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa karyawan D'Gejrot Kemek memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan pelanggan dianggap rendah, dan juga jam buka yang dimiliki D'Gejrot Kemek dirasa kurang nyaman bagi para pelanggan.

Posisi selanjutnya adalah dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan nilai persepsi 3.793 dan nilai harapan 4.597 menghasilkan skor *gap* sebesar -0.805. Kesenjangan terbesar pada dimensi ini terletak pada item item nomor 7 yaitu karyawan tidak membiarkan pelanggan berdiri lama ketika tempat penuh dengan nilai persepsi 3.70 dan nilai harapan 4.53 menghasilkan skor *gap* sebesar -0.83. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan D'Gejrot Kemek dianggap kurang tanggap dalam memperhatikan pelanggan yang sedang antri menunggu ketika tempat sedang penuh.

Selanjutnya adalah dimensi keandalan (*reliability*) memiliki nilai persepsi 3.857 dan nilai harapan 4.655 sehingga memiliki nilai *gap* sebesar -0.797. Kesenjangan terbesar pada dimensi ini terletak pada item nomor 2 yaitu karyawan D'Gejrot Kemek cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan dengan nilai persepsi 3.62 dan nilai harapan 4.57 menghasilkan skor *gap* sebesar -0.95. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan D'Gejrot Kemek dianggap kurang cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan pelanggan.

Posisi terakhir adalah dimensi jaminan (*assurance*) dengan skor *gap* paling rendah diantara dimensi lainnya yaitu sebesar -0.776 dengan nilai persepsi 3.892 dan nilai harapan 4.668. Kesenjangan terbesar pada dimensi ini adalah item nomor 10 yaitu D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman dengan nilai persepsi 3.87 dan nilai harapan 4.81 menghasilkan skor *gap* sebesar -0.94. Hal ini menunjukkan bahwa D'Gejrot Kemek belum sepenuhnya menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman sehingga pelanggan merasa belum puas.

4.5.3 Hasil *performance control matrix*

Melihat hasil analisis dari metode *Performance Control Matrix* dapat diketahui item apa saja yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah makan D'Gejrot Kemek berdasarkan letak atribut pada zona yang telah ditentukan.

Pada diagram *Performance Control Matrix* dapat diketahui bahwa hanya satu item yang berada pada *excellent zone* yaitu item nomor 3. Hal ini dikarenakan item nomor 3 berdasarkan perhitungan memiliki nilai PI sebesar 0.91 dan nilai PS sebesar 0.762, hasil nilai tersebut berpengaruh pada posisi item pada zona yang telah ditentukan. Berdasarkan letak item nomor 3 pada diagram menunjukkan bahwa item tersebut memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah daripada kepuasan, sehingga kualitas item yang berada pada zona ini

membutuhkan sumber daya yang lebih sedikit untuk menghindari pemborosan.

Hasil diagram *Performance Control Matrix* selanjutnya menunjukkan letak hampir keseluruhan item yang berada pada *maintain zone*. Diagram tersebut menunjukkan *maintain zone* terbagi menjadi dua zona yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *maintain zone* bagian atas dan *maintain zone* bagian bawah. *Maintain zone* bagian atas adalah zona yang berada diatas garis rata-rata diagram sedangkan *maintain zone* bagian bawah adalah zona yang terletak dibawah garis rata-rata.

Item yang berada pada *maintain zone* bagian atas menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki tingkat kepentingan yang sedikit lebih rendah daripada kepuasan. Adapun item-item yang berada pada *maintain zone* bagian atas yaitu item nomor 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21 dan 22.

Sedangkan item yang berada pada *maintain zone* bagian bawah menunjukkan bahwa atribut memiliki indeks kepentingan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan kepuasan. Adapun item-item yang berada pada *maintain zone* bagian bawah adalah item nomor 4, 10 dan 19.

Bedasarkan hasil yang diperoleh dari diagram *performance control matrix*, tidak ditemukan item yang berada pada *improvement zone*. Maka saran yang diberikan untuk rumah makan D'Gejrot Kemek adalah memperhatikan atribut yang ada pada *maintain zone*, saran

perbaikan yang dapat dilakukan bisa dilihat pada item yang berada pada *maintain zone* bagian bawah yaitu:

1. Item nomor 4 yaitu menu yang disajikan sesuai dengan yang pelanggan pesan. Berdasarkan dari diagram menunjukkan bahwa item ini memiliki tingkat kepentingan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan. Rumah makan D'Gejrot Kemek harus lebih memperhatikan pesanan pelanggan agar tidak terjadi kesalahan pada pesanan pelanggan, dengan pencatatan menu yang dipesan disesuaikan dengan nama pelanggan dan juga meja pelanggan selain itu pemasok bahan baku sebaiknya konsisten agar tidak mengubah kualitas menu. Pada atribut ini memiliki kaitan dengan sumber daya manusia oleh karena itu diperlukan pengalokasian sumberdaya manusia untuk memaksimalkan kinerja karyawan pada item ini.
2. Item nomor 10 yaitu D'Gejrot Kemek selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman. Berdasarkan dari diagram menunjukkan bahwa item ini memiliki tingkat kepentingan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan. Rumah makan D'Gejrot Kemek sebaiknya lebih memperhatikan pembelian dan pembuatan bahan baku yang disesuaikan dengan jumlah permintaan perhari agar tidak ada sisa untuk disimpan bagi bahan baku dengan pemakaian jangka pendek seperti bumbu dan kuah soto, sambal dan lain-lain, sedangkan untuk bahan baku mentah seperti rempah, buah, daging

- ayam dan sayuran agar disimpan menggunakan pendingin agar mampu bertahan lebih lama dan tetap segar. Item ini memiliki hubungan dengan sumberdaya manusia maupun sarana prasarana yang digunakan sebagai penunjang untuk memaksimalkan kinerja pada item ini. Diperlukan keterampilan sumber daya manusia dalam mengolah makanan dan minuman seperti saat mencuci bahan baku hingga menyajikannya agar tetap terjaga kebersihannya, dan perawatan prasarana yang digunakan seperti pendingin, air bersih, peralatan memasak dan peralatan makan sehingga berfungsi untuk menjaga kebersihan dan kesegaran bahan baku dengan baik.
3. Item nomor 19 yaitu D'Gejrot Kemek memiliki tempat parkir yang nyaman. Berdasarkan dari diagram menunjukkan bahwa item ini memiliki tingkat kepentingan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kepuasan. Sebaiknya tempat parkir yang disediakan diperluas menggunakan daerah yang tidak terpakai sehingga kendaraan pelanggan saat rumah makan sedang ramai tidak menutupi pintu masuk rumah makan yang digunakan oleh pelanggan dan tidak memakan sebagian jalan raya. Pada item ini tidak memiliki hubungan dengan sumber daya manusia melainkan pada sarana dan prasarana yang digunakan, sehingga pengalokasian pada item ini membutuhkan penambahan lahan parkir menggunakan area yang tidak terpakai.