

ABSTRAK

Dari tahun ke tahun banyak terjadi perkembangan dalam industri kuliner. Roemi Ice Cream sebagai salah satu pelaku usaha kuliner di Yogyakarta yang harus mampu mempertahankan tingkat pelayanan kepuasan pelanggan supaya minat masyarakat untuk berkunjung tetap tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Roemi Ice Cream berdasarkan metode Service Quality dan metode Kano. Dalam hal kepuasan pelanggan, pendekatan Service Quality bisa diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan kesenjangan/GAP antara persepsi dan harapan. Kano yang digunakan untuk mengkategorikan atribut untuk mengetahui atribut apa yang harus di pertahankan, ditingkatkan dan diperhatikan untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Metode Service Quality terhadap lima dimensi kualitas jasa yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy untuk GAP 5 ditemukan masih ada kesenjangan, nilai GAP terbesar terdapat pada dimensi Tangibles sebesar -0,69. Nilai kualitas pelayanan tertinggi terdapat pada dimensi Assurance sebesar 0,94. Berdasarkan hasil pengintegrasian Metode Service Quality dan Kano diketahui bahwa dari 22 variabel yang diteliti terdapat 9 variabel yang direkomendasikan untuk dipertahankan, 3 variabel direkomendasikan untuk ditingkatkan dan 9 variabel yang direkomendasikan untuk di perhatikan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Metode Service Quality, Metode Kano