ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE* ANALYSIS DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*

(Studi Kasus Pada RM. "GUBUK JOWO" Moyudan Sleman Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri



Disusun Oleh :

Nama : KGS M. Iqbal Syahnata

No. Mahasiswa : 11 522 256

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2016

ii

LEMBAR PERNYATAAN

Demi Allah, saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali kutipan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika kemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Oktober 2016



KGS M. Iqbal Syahnata

11 522 256

iii

LEMBAR PENELITIAN

SURAT KETERANGAN
No: 222/19-VIII/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala *Store Manager* **Rumah Makan "GUBUK JOWO"**:

Nama : SRI NAMERU
Jabatan : Store Manager

Menerangkan bahwa, nama yang tersebut di bawah ini:

Nama : KGS M. Iqbal Syahnata
NIM : 11 522 256
Program Studi/ Jenjang : Pendidikan Teknik Industri/ S1
Fakultas : Teknologi Industri
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Telah benar-benar melaksanakan penelitian di Rumah Makan "GUBUK JOWO" Moyudan Sleman Yogyakarta pada tanggal 7 Agustus 2016 sampai dengan tanggal 18 Agustus 2016, dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN POTENTIAL *GAIN IN CUSTOMER VALUE'S* (Studi Kasus Pada Rumah Makan "GUBUK JOWO" Moyudan Sleman Yogyakarta)".

Demikian surat keterangan ini diberikan, kiranya dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 19 Agustus 2016
Mengetahui,
Kepala Store Manager

Alamat:
Malangan Sumberagung, Moyudan, Sleman

iv

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE* ANALYSIS DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE'S*

(Studi Kasus Pada RM. "GUBUK JOWO" Moyudan Sleman Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata-1

Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Disusun Oleh :

Nama : KGS M. Iqbal Syahnata

No. Mahasiswa : 11 522 256

Yogyakarta, Oktober 2016

Dosen Pembimbing

Drs. R. Abdul Djalal. MM

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE* ANALYSIS DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE'S*

(Studi Kasus Pada RM. "GUBUK JOWO" Moyudan Sleman Yogyakarta)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama	**:**	**KGS M. Iqbal Syahnata**
No. Mahasiswa	**:**	**11 522 256**

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, Oktober 2016

Tim Penguji	
Drs. R. Abdul Djalal. MM.	
Ketua	
Vembri Noor Helia, ST.,MT.	
Anggota I	
Sunaryo, Ir., M. P.	
Anggota II	

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Industri
Universitas Islam Indonesia

Yusti Agusti Rochman, ST., M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur yang luar biasa, Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

- Kedua Orang Tuaku, Ayahanda M. Yusuf dan Ibunda Deniar yang telah memberikan segalanya untukku, Doa, Semangat,Pengertian, Kesabaran, Pengorbanan dan Kasih Sayang kepadaku.
- Bapak Drs. R Abdul Djalal, M.M yang telah membimbing selama penyusunan skripsi.
- Semua pihak yang telah membantu sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dansesuai harapan

MOTTO

لَكُمُ وَرَضِيتُ نِعْمَتِي عَلَيْكُمْ وَأَتْمَمْتُ دِينَكُمْ لَكُمْ أَكْمَلْتُ الْيَوْمَ دِينًا ٱلإِسْلاَمَ

"Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu dan telah Kucukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Kuridhai Islam itu jadi agamamu."

(Q.S. Al-Maidah: 3)

اللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ ۙ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

"Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur".

(QS. An-Nahl: 78)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah peneliti ucapkan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan curahan rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan Judul: Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain In Customer Value's* (Studi Kasus Pada Rumah Makan nDalem Ngabean Resto Yogyakarta). Shalawat serta salam juga peneliti sampaikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Dalam menyusun penelitian ini, tidak akan terlaksana tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun spiritual. Pada kesempatan yang berbahagia ini, dengan hati yang tulus Peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini, khususnya kepada :

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri UII Bapak DR. DRS. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc.
2. Ketua Program Studi Teknik Industri FTI UII Bapak Yuli Agusti Rohman, ST., M.Eng.
3. Drs. R. Abdul Djalal, MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya.
4. Kedua orangtua saya yang telah memberikan doa dan restunya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Saudara dan sahabat Industri angkatan 2011 maupun Assalaam
6. Terima kasih mas Faisal atas bantuan urusan Administrasi
7. Teman-teman yang telah memberikan inspirasi dan dukungan.

Tanpa dukungan dari berbagai pihak di atas, maka Peneliti tidak akan menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Untuk itu dengan segala kerendahan hati Peneliti mengucapkan terima kasih, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, Oktober 2016

Peneliti

KGS M. Iqbal Syahnata

ABSTRAK

Rumah Makan "Gubug Jowo" merupakan rumah makan yang menyediakan masakan berbahan utama ikan air tawar. Rumah makan ini menyediakan menu makanan dengan aneka macam bakar-bakaran dengan rasa yang lezat diantaranya gurami bakar, nila bakar, lele bakar dan masih banyak lagi. Hal ini merupakan salah satu strategi rumah makan "Gubug Jowo" untuk memuaskan para konsumen sehingga mereka tetap menjadi pelanggan yang loyal terhadap rumah makan "Gubug Jowo". Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melakukan analisis kesesuaian antara tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen menggunakan metide IPA dan PGCV. Dimensi kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja (*Performance*) pelayanan "Gubug Djowo", belum sepenuhnya sesuai dengan kepentingan atau harapan mereka. Hal ini ditunjukkan pada kuadran I memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan sebesar 88,62%. Kriteria prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) adalah karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,89%; karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan dengan tingkat kesesuaian sebesar 83,65%; karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu dengan tingkat kesesuaian sebesar 82,88%; tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama dengan tingkat kesesuaian sebesar 83,38%.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Metode *Importance Performance Analysis,* dan Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERNYATAAN i
HALAMAN PENELITIAN ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI iv
HALAMAN PERSEMBAHAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK x
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Batasan Masalah 4
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5
1.6 Sistematika Penulisan 6
BAB II KAJIAN LITERATUR 7
2.1 Kualitas Pelayanan 7
2.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan 7
2.1.2. Dimensi Kualitas Pelayanan 8
2.2 Kepuasan Konsumen 10
2.3 Komponen Kepuasan Konsumen 11
2.4 Ciri-Ciri Konsumen Puas 12
2.5 Elemen Kepuasan Konsumen 12

2.6 Tipe-tipe Ketidakpuasan Konsumen 13
2.7 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 14
2.8 Teknik Pengumpulan Data 15
2.9 Teknik Pengujian Instrumen 16
2.10 Teknik Analisis Data 19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 24
3.1. Metodologi Penelitian 24
3.2. Objek Penelitian 24
3.3. Identifikasi Masalah 24
3.4. Pengumpulan Data 26
3.5. Pengolahan Data 26
3.6. Analisis Hasil 30
3.7. Kesimpulan dan Saran 30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 31
4.1. Pengumpulan Data 31
4.2. Pengolahan Data 32
BAB V PEMBAHASAN 42
5.1. Analisis Data Hasil Kuesioner 42
5.1.1. Pengujian Validitas 42
5.1.2. Pengujian Reliabilitas 42
5.1.3. *Importance Performance Analysis* (IPA) 43
5.1.4. Prioritas Perbaikan Berdasarkan Tingkat Kesesuaian 49
BAB VI PENUTUP
6.1 Kesimpulan 52
6.2 Saran 53
DAFTAR PUSTAKA 54
LAMPIRAN 56

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Tabel Karakteristi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 32
Tabel 4.2 Tabel Karakteristi Responden Berdasarkan Usia 33
Tabel 4.3 Tabel Karakteristi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.. 33
Tabel 4.4 Tabel Karakteristi Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 34
Tabel 4.5 Tabel Karakteristi Responden Berdasarkan Pendapatan 35
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas 36
Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 37
Tabel 4.8 Tabel Tingkat Kesesuaian 38
Tabel 4.9 Tabel *Hold and Action*..... 39
Tabel 5.1 Tabel Pernyataan Yang Menempati Kuadaran I..... 44
Tabel 5.2 Tabel Pernyataan Yang Menempati Kuadaran II 46
Tabel 5.3 Tabel Pernyataan Yang Menempati Kuadaran III..... 48
Tabel 5.4 Tabel Pernyataan Yang Menempati Kuadaran IV..... 49
Tabel 5.5. Atribut-atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan PGCV ... 50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Gambar Konsep Kepuasan Konsumen 11
Gambar 2.2 Gambar Skema Diagram Kartesius..... 21
Gambar 3.1 Gambar Diagram Alir Kerangka Pikir..... 25
Gambar 4.1 Gambar Diagram Kartesius 41
Gambar 5.1 Gambar Diagram Kartesius 43

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis yang dihadapi dalam usaha kuliner sekarang ini semakin meningkat dan semakin ketat, sehingga menuntut para pengusaha rumah makan lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran. Pengusaha rumah makan dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplentasikan strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Strategi pemasaran yang lazim dikembangkan oleh seorang pemasar adalah ragam produk yang ditawarkan, harga jual produknya, distribusi produknya dan strategi promosinya kepada konsumen. Strategi pemasaran tersebut selalu berorientasi kepada loyalitas konsumen. Perusahaan yang menjalankan strateginya dengan berorientasi kepada loyalitas konsumen akan memperoleh keuntungan jangka panjang.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, konsumen puas dan jika kinerja melebihi harapan konsumen, maka mereka akan merasa puas dan senang. Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan pangsa pasar dan keuntungannya karena ada pembelian ulang dari konsumen.

Bisnis rumah makan merupakan bisnis yang sangat potensial dalam menghasilkan keuntungan karena pangan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia. Rumah makan akan sangat laris dan memiliki banyak pelanggan jika rumah makan tersebut mampu memberikan kepuasan bagi para konsumennya. Kepuasan tersebut antara lain ditinjau dari segi kualitas produk, harga, kualitas layanan, suasana rumah makan yang nyaman, serta citra dari rumah makan tersebut di mata para konsumennya.

Rumah Makan "Gubug Jowo" merupakan rumah makan yang menyediakan masakan berbahan utama ikan air tawar. Rumah makan ini strategis dan akses jalan yang mudah dijangkau, yaitu terletak di Jln. Godean Km 6,5 Moyudan, Sleman, Yogyakarta. Rumah makan ini menyediakan menu makanan dengan aneka macam bakar-bakaran dengan rasa yang lezat diantaranya gurami bakar, nila bakar, lele bakar dan masih banyak lagi. Rumah makan ini memberikan pelayanan yang cepat dan fasilitas diantaranya adalah: ruangan yang cukup luas, adanya pondok-pondok makan, pemancingan, parkir yang cukup, dan *full music*. Hal ini merupakan salah satu strategi rumah makan "Gubug Jowo" untuk memuaskan para konsumen sehingga mereka tetap menjadi pelanggan yang loyal terhadap rumah makan "Gubug Jowo".

Hasil pengamatan langsung prasurvei yang dilakukan peneliti kepada 15 orang pengunjung mendapatkan gambaran sebagai berikut: 5 orang mengatakan bahwa rumah makan "Gubug Jowo" memiliki fasilitas pondok-pondok yang sudah rusak dan tidak diperbaiki, serta kayu penyangganya sudah lapuk. Sementara itu, 4 orang lainnya mengatakan bahwa pegawai rumah makan "Gubug Jowo" dalam melayani pelanggan kurang tanggap dan kurang gesit, sehingga para pelanggan harus menunggu lama sampai makanan yang dipesan datang dihidangkan. Pendapat lainnya berasal dari 6 konsumen yang mengatakan bahwa rumah makan rumah makan "Gubug Jowo" memiliki lapangan parkir yang cukup luas, akan tetapi konsumen merasa kurang nyaman karena tidak ada juru parkir di rumah makan "Gubug Jowo", sehingga konsumen masih ada rasa takut akan keamanan kendaraannya. Konsumen juga menyatakan enggan untuk kembali makan di sana jikalau rumah makan "Gubug Jowo" di Yogyakarta karena kurang

memerhatikan kekurangan-kekurangan dari yang dikeluhkan oleh konsumen. Hal ini haruslah menjadi pertimbangan penting oleh pihak rumah makan, karena apabila konsumen tidak puas maka akan berdampak tidak menguntungkan bagi rumah makan "Gubug Jowo" di Yogyakarta salah satunya ditunjukkan dari menurunnya tingkat penjualan produk dimana pada tahun 2014 setiap harinya rumah makan "Gubug Jowo" mampu memeuhi pesanan sekitar 70 sampai 100 porsi, sedangkan pada tahun 2015 hanya mampu memenuhi pesanan sekitar 40 hingga 50 porsi.

Faktor lainnya yang menentukan loyalitas konsumen adalah kepuasan. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Engel, et al., (1990) dalam Tjiptono (2002: 146) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan, konsumen puas dan jika kinerja melebihi harapan konsumen, maka mereka akan merasa puas dan senang. Konsumen yang puas terhadap barang dan jasa, kemungkinan besar akan membeli ulang dari penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang mampu memuaskan konsumen akan dapat meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang dari konsumen.

Dengan demikian, perlu dilakukan analisis tentang kepentingan konsumen terhadap faktor-faktor yang menyertai pelayanan rumah makan "Gubug Jowo" dan bagaimana kinerja rumah makan "Gubug Jowo" dalam usaha memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen memperoleh kepuasan. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang perbaikan kualitas layanan di rumah makan "Gubug Jowo". Dengan menganalisis tingkat kepentingan/harapan (*Importance*) pasien dan kinerja

(*performance*) rumah makan "Gubug Jowo", maka dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap layanan yang mereka peroleh. Dengan *metode Potential Gain in Customer Value* dapat diketahui fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan rumah makan "Gubug Jowo" sudah sesuai dengan keinginan konsumen?
2. Bagaimana perbandingan prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, sesuai dengan tujuan penelitian, dan dapat memberikan hasil yang maksimal serta untuk memperjelas ruang lingkup permasalahan, perlu dilakukan beberapa pembatasan. Adapun batasan masalah yang digunakan ialah:

1. Penelitian ini dilakukan pada tamu di rumah makan "Gubug Jowo".
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara acak kepada tamu yang berkunjung di rumah makan "Gubug Jowo".
3. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Dengan demikian untuk setiap pertanyaan disediakan alternatif jawaban

yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya.

4. Hal-hal yang diteliti berupa tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja rumah makan "Gubug Jowo".

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yatu:

1. Melakukan analisis untuk melihat kesesuaian antara tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) konsumen terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan rumah makan "Gubug Jowo" sudah sesuai dengan keinginan konsumen.
2. Mengetahui kriteria-kriteria yang menjadi prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dalam meningkatkan kualitas pelayanan rumah makan "Gubug Jowo".

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini ditujukan bagi beberapa pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.
2. Bagi Pihak "Gubug Jowo"

   Penelitian diharapkan dapat menjadi masukan serta informasi yang berguna bagi rumah makan atau untuk kepuasan konsumen pada rumah makan "Gubug Jowo" di Yogyakarta.
3. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai landasan penelitian lanjutan yang lebih baik di masa yang akan datang dan membentuk lulusan yang berkualitas yang sesuai dengan bidangnya.

1.6 Sistematik Penulisan

Tugas akhir terdiri dari atas lima bab dan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas beberapa teori yang berkaitan erat dengan identifikasi lingkup permasalahan, proses analisis, dan *literature* dari *importance and performance* maupun *potential gain in customer value*.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah pemecahan masalah dan tahapan penelitian yang dilakukan dalam rangka pemecahan masalah yang diinginkan.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi pengumpulan data-data yang diperoleh di lapangan agar dapat digunakan sebagai bahan analisis dan pengolahan data yang didapat dengan metode untuk memecahkan masalah.

BAB V : PEMBAHASAN

Membahas hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menghasilkan suatu kesimpulan dan rekomendasinya atau saran yang harus diberikan untuk penelitian lanjut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh melalui pembahasan hasil penelitian. Rekomendasi atau saran-saran yang perlu diberikan baik oleh peneliti sendiri maupun kepada peneliti lain yang dimungkinkan hasil tersebut dapat dilanjutkan serta kepada institusi tempat dilakukannya penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi melebihi harapan (Tjiptono, 2007: 51). Menurut Ratminto (2008) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen /pelanggan. Menurut Freddy Rangkuti (2009), tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan.

Menurut Tjiptono (2000: 23) kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yangmereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada pelanggan, tidak hanya pelanggan yang makan di restoran tersebut tetapi juga berdampak pada orang lain, karena pelanggan yang kecewa akan bercerita paling sedikit kepada 15 orang lainnya. Dampaknya, calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

Berdasarkan uraian di atas dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap suatu jasa

yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen setelah membeli jasa tersebut.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dipakai. Menurut Tjiptono (2000: 70) dimensi kualitas pelayanan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan sebagai berikut :

a. Bukti Langsung

   Tangible adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segu visual (berhubungan dengan lingkungan fisik). Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.*Tangible* yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek *tangible* ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan.

b. Keandalan *(Reliability)*

   Kemampuan untuk diandalkan dalam menunjukkan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepadapelanggannya. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah dan harga. Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Reliabilitas meliputi dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja *(performance)* dan sifat dapat dipercaya *(dependability).* Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal *(right from the first time)*, memenuhi janjinya secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan janji yang disepakati), menyampaikan data secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.

c. Daya Tanggap *(Responsivennes)*

Kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. *Responsivennes* atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan danmenyampaikan jasa secara cepat. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu pelayanan, kecepatan menhubungi kembali pelanggan, dan penyampaian pelayanan secara cepat. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, komplain dan masalah yang terjadi. Keinginan karyawan membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap, cepat serta memuaskan.

d. Jaminan *(Assurance)*

Jaminan *(assurance),* yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dimensi ini mungkin menjadi bagian penting dari layanan dimana pelanggan merasa aman dan terjamin, bahwa pelanggan akan dilayani oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang dijual oleh produsen. Mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan.

e. Empati *(Empathy)*

Empati *(empathy),* berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Kemampuan untuk mengerti keinginan pelanggan serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan dan juga tersedianya perhatian atau atensi untuk para pelanggan. Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan konsumen.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Nasution, 2004).

Menurut Peter dan Olson (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Tjiptono (2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

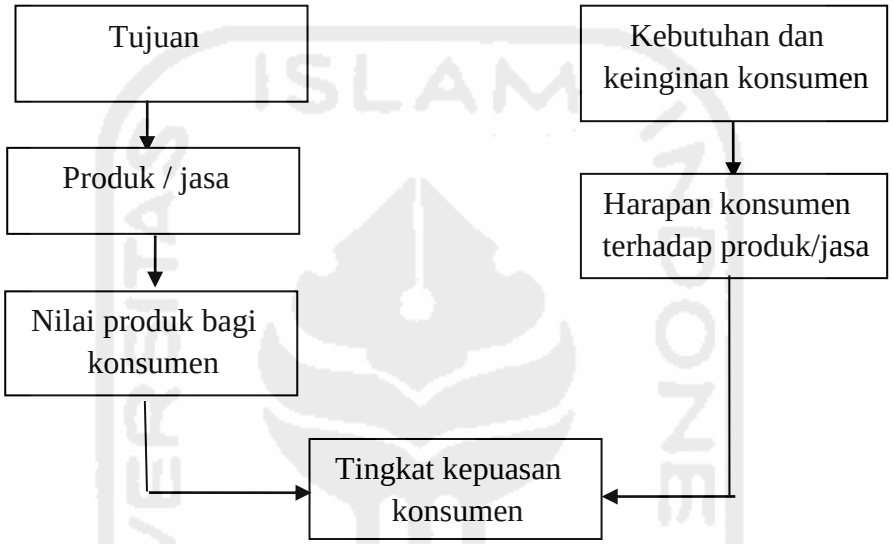
Nasution (2005) mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman.

Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Nasution (2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas

terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. Konsep kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2007: 25) ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Konsumen

2.3 Komponen Kepuasan Konsumen

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa ada banyak pengertian kepuasan konsumen. Menurut Giese & Cote (2000: 55) sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga komponen utama, yaitu:

1. Respon (Tipe dan intensitas)

   Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif. Intesitas responnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.

2. Fokus

Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar ini secara langsung berhubungan dengan produk, konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan toko.

3. Waktu Respon

   Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

2.4 Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas

Kotler (2005: 57) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal Terhadap Produk

   Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Adanya Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut Yang Bersifat Positif

   Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

   Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

2.5 Elemen Kepuasan Konsumen

Wilkie (1994: 27) menyatakan bahwa terdapat 4 elemen dalam kepuasan konsumen yaitu :

1. *Expectations*

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukanan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

2. *Performance*

   Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa diperngaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. *Comparison*

   Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi perepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. *Confirmation/ Disconfirmation*

   Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merk dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain. *Confirmation* terjadi bila harapan sesuai dengan kinerja aktual produk, sebaliknya *disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation* / *discofirmation.*

2.6 Tipe-Tipe Kepuasan Dan Ketidakpuasan Konsumen

Sumarwan (2003: 66) menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasaan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang

diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut (*product performance*). Fungsi produk antara lain:

1. Produk dapat berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, disebut diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Bila hal ini terjadi maka pelanggan akan merasa puas.
2. Produk dapat berfungsi seperti yang diharapkan, disebut konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberi rasa puas dan produk tersebut tidak mengecewakan sehingga pelanggan akan memiliki perasaan netral.
3. Produk dapat berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, disebut diskonfimasi
4. Negatif (*negatif disconfirmation*). Bila hal ini terjadi maka akan menyebabkan kekecewaan, sehingga pelanggan merasa tidak puas.

2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Lupiyoadi (2001: 34) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas Produk

   Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhanya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001: 34). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.
2. Kualitas Pelayanan

   Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

4. Harga

   Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5. Biaya

   Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001: 33) salah satunya adalah kualitas produk. Produk dikatakan berkualitas jika terpenuhi harapan konsumen berdasarkan kinerja aktual produk. Harapan ini bertumpu pada citra produk (Wulansari, 2007: 42). Selanjutnya citra produk merupakan komponen dalam citra merek (Simamora, 2002: 55).

2.8 Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kumpulan pertanyaan yang berisi hal-hal yang ingin diteliti, dalam hal ini adalah tentang penilaian kepentingan konsumen dan kinerja layanan yang diberikan Waroeng Spesial Sambal (SS). Pada penelitian ini menggunakan skala likert, dengan 5 (lima) tingkat jawaban mengenai kepentingan responden terhadap suatu pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2003). Dalam skala likert tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sebagai berikut: Sangat Penting (SP), Penting (P), Cukup Penting (CP), Kurang Penting (KP), dan Tidak Penting (TP). Sedangkan untuk tingkat kinerja

diklasifikasikan sebagai berikut: Sangat Puas (SP), Puas (P), Cukup Puas (CP), Kurang Puas (KP), dan Tidak Puas (TP).

2. Sampling

Data dapat dimbil secara keseluruhan pada suatu populasi dengan cara sensus. Jika ada keterbatasan kemampuan dengan cara sensus maka dapat diusahakan dengan mengambil sebagian saja data dari populasi yang ada dengan cara sampling (mengambil sampel secara acak). Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk mengambil kesimpulan sebagai sesuatu yang berlaku bagi populasi (Suharsimi Arikunto, 2010).

2.9 Teknik Pengujian Instrumen

Suatu instrumen dapat dikatakan baik apabila memenuhi dua persyaratan persyaratan penting, yaitu valid dan reliabel (Suharsimi Arikunto, 2010: 211). Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas pada instrumen tersebut maka sebelum penelitian diadakan uji coba instrumen terlebih dahulu. Hasil uji coba inilah yang nantinya menjadi dasar untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen.

1. Validitas

Dalam penelitian ini terdapat uji validitas. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Suharsimi Arikunto, 2002: 144). Suharsimi Arikunto (2002: 154) menerangkan bahwa berdasarkan validitas terbagi menjadi tiga macam, yaitu validitas konstruk, validitas isi, dan validitas butir soal.

a. Validitas Konstruk

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 158) validitas konstruk merupakan proses penentuan sejauh mana performansi tes dapat diinterpretasikan dalam kaitannya dengan satu atau sejumlah konstruk psikologis. Artinya, sebuah instrumen dikatakan memiliki validitas konstruk apabila butir-butir soal dalam instrumen yang digunakan untuk mengukur setiap aspek tertera dalam indikator yang terdapat dalam kajian pustaka yang digunakan.

b. Validitas Isi

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 155) validitas isi adalah validitas yang pembuktiannya berdasarkan isi *(Content-Related Evidence),* yakni proses penentuan seberapa jauh suatu instrumen menunjukkan kerelevansian dan keterwakilan terhadap ranah yang diukur. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas isi apabila isi materi dari alat ukur yang digunakan sesuai dengan kajian pustaka yang digunakan. Dalam penelitian ini, penyusunan kisi-kisi instrumen dibuat berdasarkan kajian teori, dan dikonsultasikan dengan *expert judgment*, dalam hal ini yakni dosen pembimbing.

c. Validitas Butir Soal

Menurut Arikunto (2002: 156) validitas butir soal adalah estimasi kualitas butir-butir soal sebuah alat tes atau yang dimaksudkan untuk menguji efektifitas butir-butir soal. Butir soal dikatakan memiliki tingkat validitas yang tinggi jika skor pada item mempunyai kesejajaran dengan skor total.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 211), validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila mempunyai validitas yang tinggi, artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sebaliknya instrumen dikatakan kurang valid dan sahih apabila mempunyai validitas yang rendah. Selanjutnya uji validitas dalam penelitian ini

menggunakan analisis butir, dimana untuk menguji validitas setiap butir, maka skor-skor yang ada pada butir yang dimaksud dikorelasikan dengan skor total. Perhitungan validitas dilakukan dengan rumus dari *Karl Pearson*, yaitu Korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut.

$$r_{XY} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X^2)\} - \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{XY} = koefisien korelasi
N = jumlah sampel
ΣX = jumlah skor butir
ΣY = jumlah skor total
ΣXY = jumlah perkalian X dan Y

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen (Iqbal Hasan, 2002: 77). Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 221), reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Sugiyono (2012: 121) menyatakan bahwa, suatu instrumen dapat disebut reliabel apabila instrumen tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbcah*, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum \acute{o}_b{}^2}{\acute{o}_t^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen
k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
$\sum \sigma_b{}^2$: jumlah butir-butir variansi
σ_t^2 : varians total butir-butir variansi

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* > 0,6 (Suharsimi Arikunto, 2010: 221).

2.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dimaksudkan untuk mencari jawaban atas pertanyaan penelitian atau tentang permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Menurut Bogdan yang dikutip oleh Sugiyono (2012: 244), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistimatis data yang diperoleh dari hasil angket, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat dinformasikan kepada oranglain. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif dengan menggunakan diagram kartesius. Menurut Sugiyono (2012: 29) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

1. **Importance Performance Analysis (IPA)**

   Pada konsep *Importance Performance Analysis* berisi bagaimana menerjemahkan apa yang diinginkan oleh konsumen diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Supranto, 2001). Akan tetapi untuk mengukur keinginan dari konsumen adalah tidak mudah. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda untuk setiap tindakan yang dilakukannya dalam rangka memenuhi keinginan konsumen. Sebagai contoh, penurunan harga. Menurut konsumen, mungkin hal tersebut adalah yang terbaik yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan. Akan tetapi pihak perusahaan tentunya mempunyai perhitungan yang jelas mengenai harga produknya. Akibatnya, hubungan antara keinginan konsumen dan keinginan perusahaan menjadi bias.

Pada konsep *importance performance analysis* ini, dapat menganalisis tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimana konsumen dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan konsumen yang paling dominan.

Analisis diawali dengan sebuah kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki empat jawaban dalam skali Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2001). Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibagi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik $\bar{\bar{X}}$, $\bar{\bar{Y}}$. $\bar{\bar{X}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kenyataan yang diterima konsumen, dan $\bar{\bar{Y}}$ adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan konsumen terhadap seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana: X merupakan tingkat kinerja nyata atau kenyataan yang diterima konsumen dari penyedia jasa, sedangkan Y merupakan tingkat harapan konsumen. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius. Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kenyataan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan. Kemudian seluruh hasil perhitungan dimasukkan dalam salah satu dari kuadran baik itu A, B, C, dan D. Rumus yang digunakan untuk menentukan kuadran tersebut menurut Supranto (2001: 242) adalah:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum xi}{k} \qquad\qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kenyataan konsumen

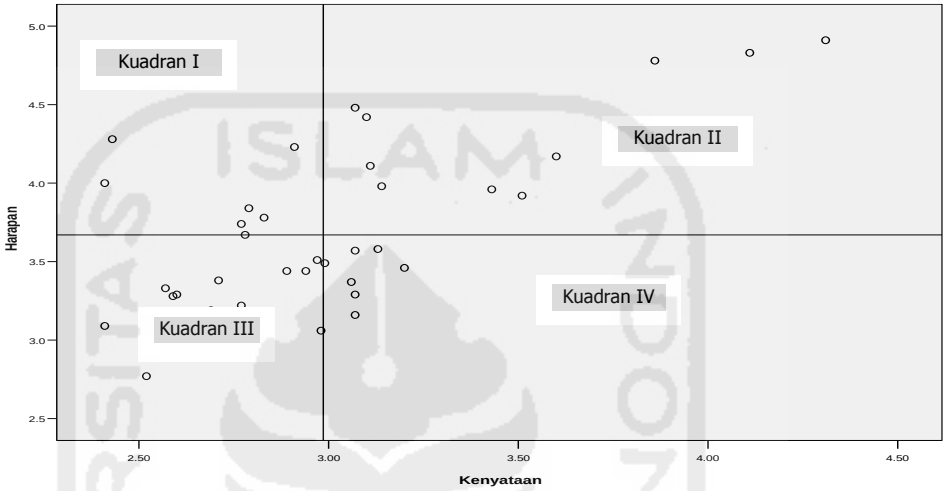
$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat harapan konsumen

xi = Skor penilaian kenyataan

yi = Skor penilaian harapan

k = Banyaknya item pertanyaan

Berikut penggambaran dari diagram kartesius yang akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut.



Gambar 2.2. Skema Diagram Kartesius

Berikut penjelasan permasing-masing kuadran pada diagram kartesius, yaitu:

a. Kuadran I

Kuadran I menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen, akan tetapi tingkat pelaksanaannya dianggap masih belum memuaskan konsumen.

b. Kuadran II

Kuadran II menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam kuadran B perlu mempertahankan kualitas pelayanan dan jasa yang sudah diberikan kepada konsumen, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan konsumen.

c. Kuadran III

Kuadran III menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap masih kurang penting bagi konsumen, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa saja.

d. Kuadran IV

Kuadran IV menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaanya dilakukan dengan baik, sehingga sangat memuaskan konsumen.

Dalam hal ini digunakan 5 tingkat skala (*Likert*) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari :

a. Sangat penting, diberi bobot 5
b. Penting, diberi bobot 4
c. Cukup penting, diberi bobot 3
d. Kurang penting, diberi bobot 2
e. Tidak penting, diberi bobot 1

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut:

a. Sangat puas, diberi bobot 5, yang berarti konsumen sangat puas.
b. Puas, diberi bobot 4, yang berarti konsumen puas.
c. Cukup puas, diberi bobot 3, yang berarti konsumen cukup puas.
d. Kurang puas, diberi bobot 2, yang berarti konsumen kurang puas.
e. Tidak puas, diberi bobot 1, yang berarti konsumen tidak puas.

2. ***Potetial Gain In Customer Values*** **(PGCV)**

Alat ini dipergunakan untuk melengkapi hasil analisis dari *importance* dan *performance*. Alat ini dipakai untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh produsen. Analisis dari Importance dan Performance kurang dapat merekomendasikan perbaikan yang menjadi prioritas utama.

Karena itu dipergunakan alat analisis yang lain yaitu analisis melalui angka indeks PGCV. Analisis pelanggan melalui angka indeks PGCV pertama kali ditulis dalam sebuah jurnal yaitu Quality Progress edisi maret 1997 oleh William C Hom yang menyatakan bahwa indeks PGCV merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisa pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram Importance dan Performance untuk dapat dibandingkan dalam bentuk kuantitatif yang lebih teliti dan terperinci. Langkah – langkah indeks PGCV adalah :

a. *Achive Customer Value* atau (ACV)

Hasil kali variabel *Importance* dengan variable *Performance*. ACV menunjukan nilai yang tercapai dari pendapat konsumen. Dengan rumus sebagai berikut :

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y}$$

Keterangan

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan (Realita)

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan (Ekspektasi)

b. *Ultimately Desire Customer Value* atau *(UDCV)*

Nilai konsumen akhir yang diinginakan. Untuk mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalihkan nilai Importance yang dpilih oleh pelanggan dengan nilai Performance maksimal dengan skala Likert pada kuisioner yang disebarkan. Dengan rumus sebagai berikut :

$$UDCV = \bar{Y} \times P\ max$$

Keterangan:

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*)

P max = Nilai maksimal pada skala Likert (alternatif jawaban yang disediakan pada angket)

3. ***Indeks PGCV***

Nilai kualitas paling tinggi dari indeks PGCV dijadikan prioritas pertama untuk perbaikan. Kemudian nilai yang kedua dan seterusnya secara berurutan

menjadi urutan perbaikan selanjutnya. Sehingga kita dapat melihat konsumen fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan mereka. Adapun perhitungannya sebagai berikut: Indeks PGCV = UDCV – ACV.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

2.11 Pendahuluan

Langkah-langkah penelitian perlu disusun secara baik untuk mempermudah penyusunan laporan penelitian adapun langkah-langkah penelitian dapat dipresentasikan pada gambar 3.1.

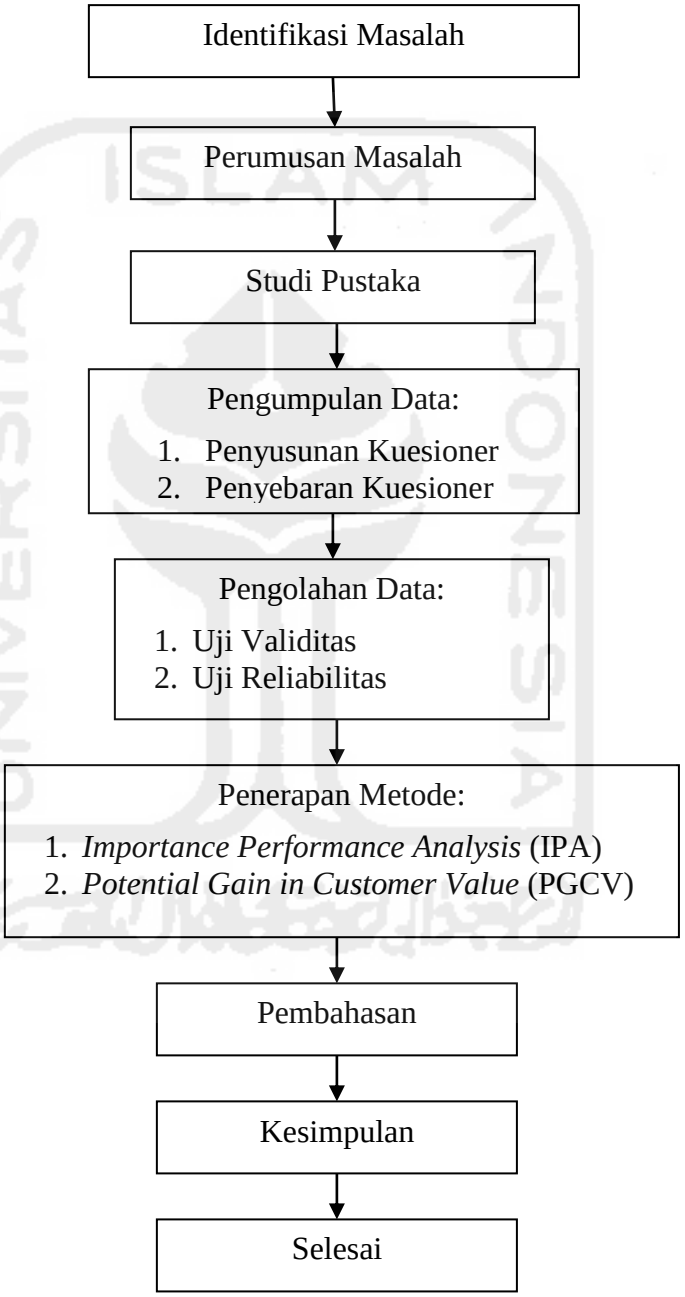
2.12 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan yang bergerak di bidang jasa kuliner, yaitu di Rumah Makan "Gubug Jowo" Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta. Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen Rumah Makan "Gubug Jowo" Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta.

2.13 **Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, dilakukan identifikasi masalah, yaitu bagaimana tingkat kepentingan (*importance*) dan kepuasan konsumen (*satisfaction*) terhadap kinerja (*performance*) pelayanan Rumah Makan "Gubug Jowo" yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA), dan bagaimana prioritas perbaikan layanan yang diinginkan konsumen dengan

Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* sehingga dapat menghasilkan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Adapun langkah-langkah penelitian tersebut dapat dijelaskan pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Diagram Alir Kerangka Penelitian

2.14 Pengumpulan Data

Agar dalam pelaksanaan penelitian dapat berjalan dengan mudah serta sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka diperlukan langkah pemecahan yang baik. Data yang diperlukan :

1. Data Primer

   Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Rumah Makan "Gubug Jowo". Dalam kuesioner, atribut yang ditanyakan kepada konsumen haruslah valid dan reliabel. Selain itu juga jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas atau jumlah. Untuk itu, perlu juga uji kecukupan data.

2. Data Sekunder

   Data sekunder yaitu data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan penelitian dan dokumen-dokumen perusahaan. Data-data ini berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang berguna dalam penyusunan laporan.

2.15 Pengolahan Data

Setelah kuesioner disebarkan kepada konsumen, maka akan didapat data dari jawaban hasil kuisioner, maka dari hasil jawaban tersebut harus diuji:

1. Uji Validitas Data

Validitas data dilakukan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan telah mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya. Dalam penelitian ini uji validitas menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 13 (Sugiyono, 2012: 34).

2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas data dilakukan untuk menguji apakah sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Butir kuisioner dinyatakan reliabel jika memberikan alpha > 0,60. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 13. Butir kuisioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai alpha > 0.60 (Suharsimi Arikunto, 2010: 44).

3. *Importance Performance Analysis* (IPA)

a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/ pelaksanaan dengan skor kepentingan/ harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang diukur. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Yi}{Xi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja Rumah Makan "Gubug Jowo"

Yi = Skor penilaian kepentingan Konsumen

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja Rumah Makan "Gubug Jowo", sedangkan sumbu (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan konsumen dengan menggunakan rumus:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum xi}{k} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kenyataan konsumen

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat harapan konsumen

xi = Skor penilaian kenyataan

yi = Skor penilaian harapan

k = Banyaknya item pertanyaan

b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Supranto, 2001):

1) Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
2) Kuadran kedua (II), disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3) Kuadran ketiga (III), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah.
4) Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi.

Selanjutnya, setiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan kepuasan atas kinerja Rumah Makan "Gubug Jowo", sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada di tiap kuadran.

4. *Potential Gain in Customer Values (PGCV)*

Untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance and Performance*, digunakan sebuah metode untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak Rumah Makan "Gubug Jowo". PGCV memberikan

jalan bagi diagram *Importance and Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk yang lebih teliti dan teperinci. Langkah-langkah menghitung PGCV adalah :

a. *Achieve Customer Value* (ACV)

   Mencari nilai ACV yaitu dengan mengalikan antar variabel *Importance* dengan variabel *Performance*. Misalnya seorang pelanggan memberikan nilai 5 untuk *Importance* dan nilai 3 untuk *Performance* maka didapat nilai ACV nya adalah 15.

b. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

   Setelah mendapat nilai ACV maka selanjutnya adalah mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalikan nilai Importance yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai *performance* maksimal dalam skala Likert pada kuisioner yang disebarkan. Misalnya, jika pelanggan memilih *Importance* adalah 4 dan *Performance* maksimalnya adalah 5 maka didapat nilai UDCV nya adalah 20.

c. *Indeks PGCV*

   Dan terakhir nilai Indeks PGCV nya adalah nilai UDCV dikurangi dengan nilai Indeks ACV yang pada contohnya diatas berarti 20 – 15 = 5. Item yang mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item terbesar kedua dan seterusnya.

2.16 Analisis Hasil

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh yaitu :

1. Analisis terhadap tingkat kesesuaian antara realita dan harapan konsumen terhadap pelayanan Rumah Makan “Gubug Jowo”. Berdasarkan hasil data yang telah diuji validitas, uji reabilitas, dan uji kecukupan data maka data dapat dilanjutkan untuk menghitung tingkat kenyataan dan harapan konsumen yang akan menghasilkan suatu jarak (gap). Dari nilai gap ini

akan diketahui besar perbedaan antara *service* yang telah diterima dengan *service* yang diharapkan berdasarkan penilaian konsumen.

2. Analisis terhadap hasil *Importance Performance analysis* (IPA)
   Menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen selama ini.
3. Analisis terhadap hasil *Potential Gain In Customer Value* (PGCV)
   Menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas jasa layanannya untuk masa yang akan datang dengan memperhatikan tingkat kepentingan dan tingkat layanan yang diberikan.

2.17 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan disampaikan kesimpulan-kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kemudian dari hasil yang telah diperoleh akan diberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Profil Rumah Makan "Gubug Jowo" Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta

Berawal dari kecintaan yang dalam akan masakan hasil laut mendorong didirikannya restoran "Gubug Jowo" Resto pada tahun 2002 dengan cabang pertamanya di Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta. "Gubug Jowo" Resto mengolah berbagai jenis hasil laut segar atau bahkan hidup menjadi masakan hasil laut khas Indonesia dengan cita rasa yang pas dan menggugah selera. "Gubug Jowo" Resto telah menerapkan standar tinggi dalam pengolahan masakan hasil laut untuk memastikan keamanan dan kesehatan masakan yang dikonsumsi. Dengan pengalaman mengolah *seafood* selama puluhan tahun, "Gubug Jowo" Resto telah memilih jenis menu mana yang paling cocok untuk jenis *seafood* tertentu. Disajikan dalam suasana yang modern, bersih, nyaman, ramah, hangat dan santai, menjadikan "Gubug Jowo" Resto sebagai restoran pilihan seluruh keluarga dan penikmat masakan hasil laut. "Gubug Jowo" Resto bertekad terus mengembangkan menu-menu baru dan meningkatkan layanan untuk memuaskan pelanggan. "Gubug Jowo" Resto menyediakan paket-paket meeting dan layanan banquet untuk berbagai jenis pesta seperti ulang tahun, hari jadi dan pernikahan.

Visi Perusahaan

Menjadi restoran *seafood* nasional terbaik.

Misi Perusahaan

1. Menyediakan makanan *seafood* yang halal dan mengutamakan pada standar mutu, cita rasa, dan pelayanan yang memuaskan pelanggan dengan harga terjangkau.
2. Menjadi pilihan utama pelanggan dalam wisata kuliner.
3. Memberikan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) yakni kepada pelanggan, karyawan, masyarakat dan pemerintah.

4.2. Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini, terdiri dari beberapa tahapan. Dimulai dari uji kecukupan data, uji validitas dan uji reliabilitas atribut, serta analisis kinerja dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) serta prioritas perbaikan layanan dengan tingkat kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Analisis deskriptif karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik yang ditinjau dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan perbulan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah.

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	47	47,00
Perempuan	53	53,00
Jumlah	100	100,00

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 47 orang (47,0%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang (53,0%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta adalah perempuan sebesar 53,0%.

2. Usia

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
18-28 Tahun	55	55,00
29-39 Tahun	27	27,00
> 40 Tahun	18	18,00
Jumlah	100	100,00

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia antara 18-28 tahun yakni sebanyak 55 orang (55,00%), responden yang berusia antara 29-39 tahun yakni sebanyak 27 orang (27,00%), dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun yakni sebanyak 18 orang (18,00%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta berusia antara 18-28 tahun yakni sebesar 55,00%.

3. Pendidikan Terakhir

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SD	12	12,00
SMP	23	23,00
SMA	32	32,00
Diploma	19	19,00
Sarjana	14	14,00
Jumlah	100	100,00

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden memiliki pendidikan SD sebanyak 12 orang (12,0%), memiliki pendidikan SMP sebanyak 23 orang (23,0%), memiliki pendidikan SMA sebanyak 32 orang (32,00%), responden dengan pendidikan Diploma sebanyak 19 orang (19,00%), dan responden dengan pendidikan Sarjana sebanyak 14 orang (14,00%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta memiliki pendidikan Sarjana sebesar 56,00%.

4. Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)

Pelajar	14	14,00
Mahasiswa	12	12,00
PNS	11	11,00
Karyawan Swasta	29	29,00
Wiraswasta	15	15,00
Ibu Rumah Tangga	19	19,00
Jumlah	100	100,00

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai pelajar sebanyak 14 orang (14,00%), responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 12 orang (12,00%), responden dengan pekerjaan sebagai PNS sebanyak 11 orang (11,00%), responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 29 orang (29,00%), responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang (15,00%), dan responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga sebanyak 19 orang (19,00%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta bekerja sebagai karyawan swasta sebesar 29,00%.

5. Pendapatan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	14	14,00
Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	12	12,00
Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000	49	49,00
Rp. 3.000.000-Rp. 4.000.000	15	15,00
Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000	6	6,00
> Rp. 5.000.000	4	4,00
Jumlah	100	100,00

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 sebanyak 14 orang (14,00%), responden dengan

pendapatan antara Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000 sebanyak 12 orang (12,00%), responden dengan pendapatan antara Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000 sebanyak 49 orang (49,00%), responden dengan pendapatan antara Rp. 3.000.000-Rp. 4.000.000 sebanyak 15 orang (15,00%), responden dengan pendapatan antara Rp. 4.000.000-Rp. 5.000.000 sebanyak 6 orang (6,00%), dan responden dengan pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 sebanyak 4 orang (4,00%). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung di "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta memiliki pendapatan antara Rp. 2.000.000-Rp. 3.000.000 sebesar (49,00%).

4.2.2. Uji Validitas dan Reliablitas

Sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya, instrument-instrumen penelitian diuji coba sehubungan dengan validitas dan reliabilitas instrumen tersebut. Uji coba penelitian dilakukan dalam lingkup sampel kecil dengan total responden sebanyak 30 pengunjung. Hal ini dikarenakan uji coba pada sampel kecil sebanyak 30 responden dilakukan supaya dapat mengetahui butir soal mana yang valid dan butir soal mana yang gugur. Selain itu, uji sampel kecil tersebut akan dijadikan parameter dalam mengukur kehandalan angket yang sudah di buat sebelum dilakukan penelitian yang sesungguhnya yaitu pada sampel besar sebanyak 100 responden.

4.2.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang diberikan pada responden selama penelitian. Uji validitas ini bisa dilakukan dengan bantuan *software* SPSS versi 13.

Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas

No. Item	rhitung	rtabel	Ket.
Butir_1	0,412	0,361	Valid
Butir_2	0,413	0,361	Valid
Butir_3	0,806	0,361	Valid
Butir_4	0,754	0,361	Valid
Butir_5	0,856	0,361	Valid

Butir_6	0,764	0,361	Valid
Butir_7	0,823	0,361	Valid
Butir_8	0,672	0,361	Valid
Butir_9	0,487	0,361	Valid
Butir_10	0,806	0,361	Valid
Butir_11	0,754	0,361	Valid
Butir_12	0,856	0,361	Valid
Butir_13	0,764	0,361	Valid
Butir_14	0,823	0,361	Valid
Butir_15	0,672	0,361	Valid
Butir_16	0,642	0,361	Valid
Butir_17	0,665	0,361	Valid
Butir_18	0,544	0,361	Valid
Butir_19	0,412	0,361	Valid
Butir_20	0,672	0,361	Valid
Butir_21	0,856	0,361	Valid

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 13 *for Windows* di atas, dapat dilihat bahwa r_{hitung} bernilai lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang ada di dalam kuesioner telah valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Atribut pertanyaan yang telah valid kemudian dilakukan uji reliabilitas. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,954	21

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016

Hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,954 lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian, layak sebagai dan dapat digunakan untuk penelitian sesungguhnya.

4.2.3. *Important Performance Analysis* (IPA)

Important Performance Analysis dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan kepentingan/harapan konsumen di nDalem Ngabean Resto Yogyakarta. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai X (rata-rata skor kinerja) dan Y (rata-rata skor kepentingan) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius dengan *software* SPSS 13 *for Windows*. Hasil perhitungan skor total dan rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan dapat dilihat pada lampiran.

4.2.4.1. Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang diukur dengan Tingkat Kesesuaian. Hasil tingkat kesesuain ini akan dibandingkan dengan hasil perhitungan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk menetukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen.

Tabel 4.8. Tingkat Kesesuaian

No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.	306	355	86,20
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	305	368	82,88
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	306	367	83,38
4	Makanan yang diberikan selalu	301	363	82,92

	memperhatikan nilai rasa dan gizi.			
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan	323	347	93,08
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	344	345	99,71
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	337	365	92,33
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	312	373	83,65
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	338	359	94,15
10	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin	357	372	95,97
11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	290	370	78,38
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	303	352	86,08
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	313	360	86,94
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	312	355	87,89
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	319	363	87,88
16	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	328	351	93,45
17	Lokasi Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta strategis	328	363	90,36
18	Ketersediaan tempat parkir yang luas dan aman	330	380	86,84
19	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.	337	366	92,08
20	Penampilan karyawan rapi dan bersih	327	364	89,84
21	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.	338	388	87,11
Rata-rata				**88,62**

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara penilaian kinerja "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta dengan kepentingan konsumen, maka dibuat suatu bentuk penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Tolak

ukur batas pengambilan keputusan adalah 88,62, yang merupakan nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan. Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

a. Bila TK < 88,62, maka dilakukan perbaikan /*action* (A)
b. Bila TK ≥ 88,62, maka dilakukan usaha untuk mempertahankan/*hold* (H)

Tabel 4.9. Keputusan *Hold and Action*

No. Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan H dan A
1	86,20	A
2	82,88	A
3	83,38	A
4	82,92	A
5	93,08	H
6	99,71	H
7	92,33	H
8	83,65	A
9	94,15	H
10	95,97	H
11	78,38	A
12	86,08	A
13	86,94	A
14	87,89	A
15	87,88	A
16	93,45	H
17	90,36	H
18	86,84	A
19	92,08	H
20	89,84	H
21	87,11	A

Hasil pengolahan data dengan metode *Important Performance Analysis* dapat dilihat pada lampiran. Berikut adalah contoh perhitungannya:

1. Menghitung Skor Kinerja dan Harapan

Kinerja atribut 1 = (1x9) + (2x24) + (3x19) + (4x48)
= 306

Kepentingan atribut 1 = (1x1) + (2x6) + (3x30) + (4x63)
= 355

2. Menghitung Rata-rata Skor Kinerja dan Harapan

   Rata-rata kinerja atribut 1 = 306 : 100 = 3,06

   Rata-rata kepentingan atribut 1 = 355 : 100 = 3,55

3. Menghitung Tingkat Kesesuaian

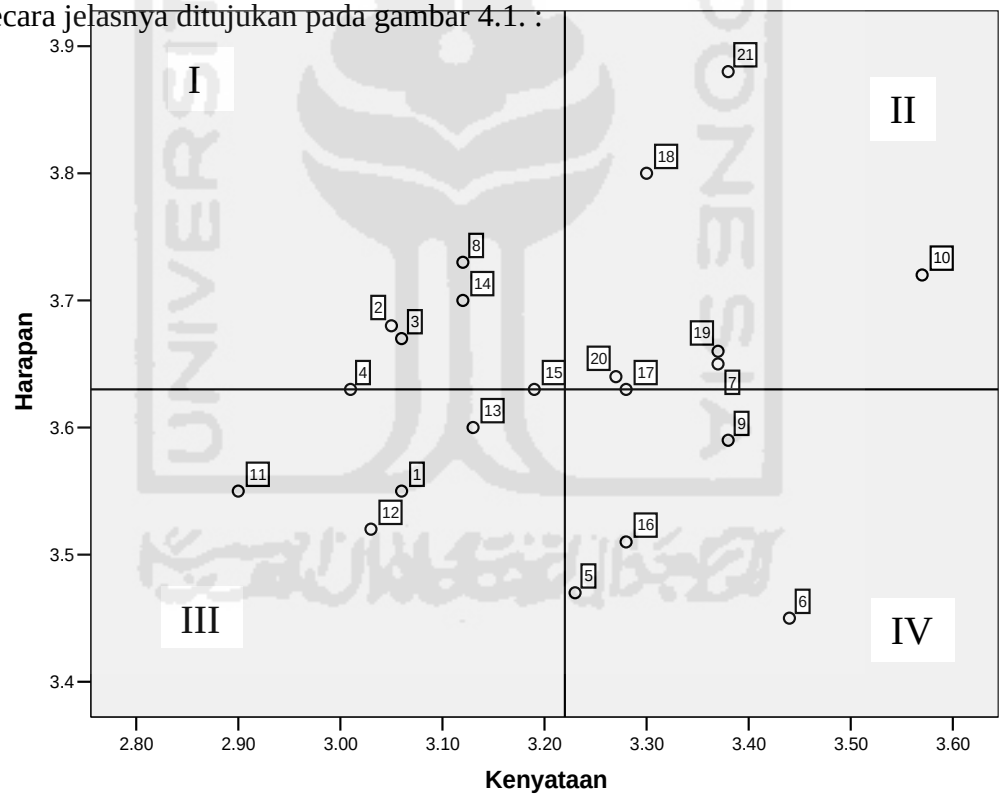
   Tingkat kesesuaian atribut 1 = (306 : 355) x 100% = 86,20%

   Rata-rata tingkat kesesuaian = (86,20 + 82,88 + ...+ 89,84 + 87,11) : 21

   = 88,62

4.2.4.2. Diagram Kartesius

Hasil dari tingkat-tingkat unsur yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius. Untuk secara jelasnya ditujukan pada gambar 4.1. :



Gambar 4.1. Diagram Kartesius

4.2.4. Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

Hasil perhitungan PGCV digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan di rumah makan "Gubug Djowo". Berikut adalah hasil perhitungan PGCV yang disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5.5. Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

No	Atribut	Performance (X)	Important (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y. Pmaks)	Indeks PGCV (UDCV -ACV)	Urutan Ke
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.	3,06	3,55	10,86	17,75	6,89	8
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	3,05	3,68	11,22	18,40	7,18	3
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	3,06	3,67	11,23	18,35	7,12	4
4	Makanan yang diberikan selalu memperhatikan nilai rasa dan gizi.	3,12	3,73	11,64	18,65	7,01	5
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan	3,23	3,47	11,21	17,35	6,14	15
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	3,44	3,45	11,87	17,25	5,38	20
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	3,37	3,65	12,30	18,25	5,95	18
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu	3,01	3,63	10,93	18,15	7,22	2
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	3,38	3,59	12,13	17,95	5,82	19
10	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin	3,57	3,72	13,28	18,60	5,32	21
11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	3,12	3,70	11,54	18,50	6,96	6
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	3,03	3,52	10,67	17,60	6,93	7
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	3,13	3,60	11,27	18,00	6,73	9

14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	2,90	3,55	10,30	17,75	7,46	1
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	3,19	3,63	11,58	18,15	6,57	10
16	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	3,28	3,51	11,51	17,55	6,04	16
17	Lokasi Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta strategis	3,28	3,63	11,91	18,15	6,24	14
18	Ketersediaan tempat parkir yang luas dan aman	3,30	3,80	12,54	19,00	6,46	11
19	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.	3,37	3,66	12,33	18,30	5,97	17
20	Penampilan karyawan rapi dan bersih	3,27	3,64	11,90	18,20	6,30	12
21	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.	3,38	3,88	13,11	19,40	6,29	13

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa prioritas perbaikan PGCV didasarkan pada hasil perhitungan indeks PGCV. Pada hasil perhitungan indeks PGCV diketahui bahwa prioritas perbaikannya didasarkan pada urutan nilai indeks yang paling besar. Artinya, semakin besar nilai indeks PGCV maka akan semakin besar pula atribut tersebut menduduki prioritas urutan pertama untuk diperbaiki oleh Gubug Djowo.

Indeks PGCV (*Potential Gain in Customer Value*) digunakan untuk menentukan atribut-atribut mana saja yang berpotensi paling besar, dalam memberikan nilai tambah atau keuntungan bagi perusahaan, sehingga dapat dibuat urutan prioritas perbaikan layanannya. Lingkungan aman dan nyaman menjadi prioritas pertama yang perlu diperbaiki. Hal ini dibuktikan dengan nilai indeks PGCV yang paling besar pada kuadran I yaitu 7,46. Selain itu, rendahnya nilai ACV (*Achive Customer Value*), yaitu nilai kepuasan konsumen yang telah tercapai terhadap kinerja atau kualitas layanan "Gubug Djowo" sebesar 10,30. Nilai kepuasan ini cukup rendah jika dibandingkan dengan nilai UDCV (*Ultimately Desire Customer Value*). UDCV merupakan nilai yang diharapkan pasien dari kinerja restoran yaitu sebesar 17,75.

Atribut selanjutnya yang perlu diperbaiki adalah atribut 8 dengan indeks PGCV sebesar 7,22, atribut 2 dengan indeks PGCV sebesar 7,18, dan atribut 3 dengan indeks PGCV sebesar 7,12. Jika kita perhatikan, urutan prioritas perbaikan pada PGCV sama dengan urutan perbaikan pada tingkat kesesuaian. Artinya, urutan prioritas pada diagram kartesius dan PGCV dapat dijadikan dasar dalam urutan prioritas yang harus segera mendapatkan perbaikan oleh pihak "Gubug Djowo".

Hasil perhitungan PGCV berdasarkan indeks PGCV diketahui bahwa urutan prioritas perbaikan pada atribut-atribut tersebut sesuai dengan konsep diagram kartesius pada kuadran I. Adapun sebagai berikut.

Tabel 5.5. Atribut-atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan PGCV

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (%)	Nilai ACV	Nilai ADCV	Nilai PGCV	Dimensi
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	87,89	10,30	17,75	7,46	*Empathy*
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	83,65	10,93	18,15	7,22	*Responsiveness*
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	82,88	11,22	18,40	7,18	*Reliability*
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	83,38	11,23	18,35	7,12	*Reliability*

BAB V

PEMBAHASAN

4.3. Analisis Data Hasil Kuesioner

4.2.5. Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software* SPSS 13 *for Windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Corelation*. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya 1 (satu) kali saja karena pada uji tersebut, atribut pertanyaan sudah valid seluruhnya. Ini berarti atribut-atribut kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

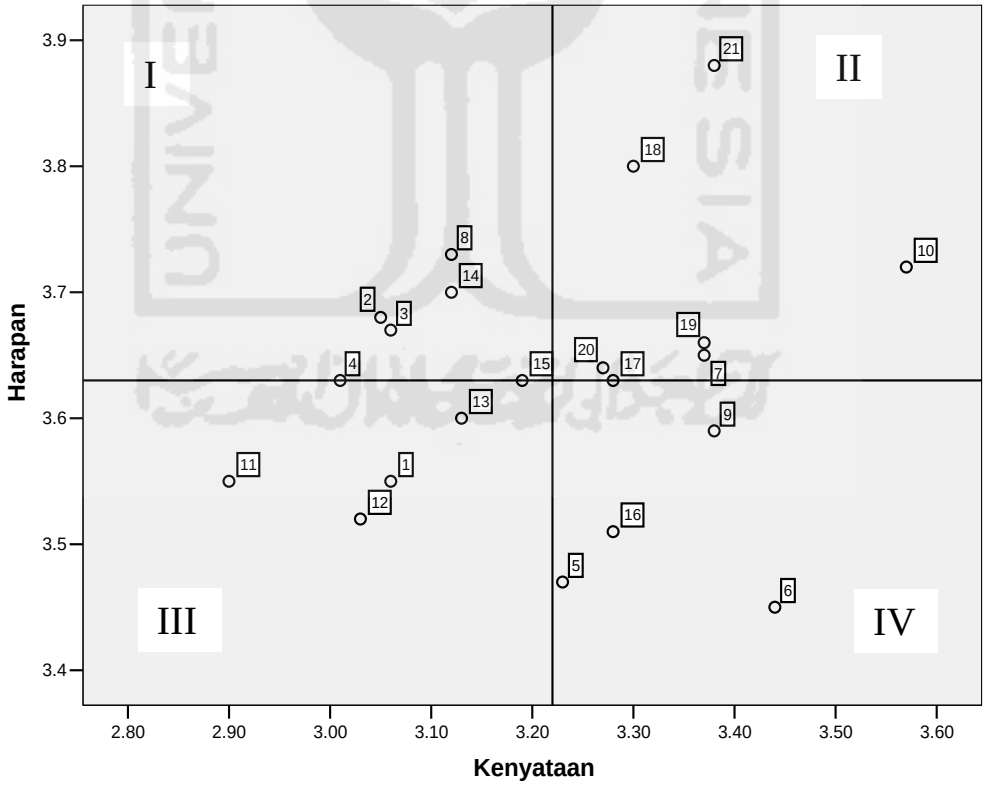
4.2.6. Pengujian Reliabilitas

Pengolahan data dengan bantuan *Software* SPSS 13 *for Windows* menghasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0.954 (dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*). Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner

dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.954 lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuesioner reliabel. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

4.2.7. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Hasil perhitungan nilai X (rata-rata skor kinerja) dan Y (rata-rata skor kepentingan) kemudian dipetakan dalam diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat pada kuadran berapa. Pengukuran Tingkat Kesesuaian dilakukan untuk mencari urutan prioritas perbaikan layanan.



Gambar 5.1 Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius diatas, atribut-atribut pernyataan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu sebagai berikut:

5.1.3.1. Kuadaran I

Kuadran I memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena atribut-atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Atribut-atribut pada kuadran ini merupakan kekurangan atau kelemahan yang dimiliki oleh "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta dalam kinerja pelayanan yang mereka terapkan. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran I beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 5.1. Pernyataan Yang Menempati Kuadran I

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Tingkat Kesesuaian (%)	A/H	Dimensi
		Kenyataan	Harapan			
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	305	368	82,88	A	*Reliability*
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	306	367	83,38	A	*Reliability*
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu	312	373	83,65	A	*Responsiveness*
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan	312	355	87,89	A	*Empathy*

	tamu					

Pada tabel diatas seluruh atribut pada kuadran I memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan (88,62%), sehingga seluruh atribut pada kuadran ini memerlukan perbaikan (*action*). Dengan tingkat kesesuaian kita dapat mengetahui urutan prioritas perbaikan dan seberapa besar harapan konsumen tentang suatu pelayanan telah tercapai.

Atribut ke-2 pada dimensi *reliability* yang harus diperbaiki adalah kecepatan karyawan dalam melayani tamu memiliki nilai tingkat kesesuaian yaitu 82,88%. Kecepatan karyawan dalam melayani tamu seharusnya menjadi sesuatu yang tidak dapat diabaikan. Mengingat, tingginya minat konsumen yang berkunjung ke "Gubug Jowo" Resto Malangan, Moyudan, Sleman, Yogyakarta dan para pembeli yang memesan biasanya langsung menikmati makanan si tempat dan tidak dibawa pulang.

Atribut ke-3 pada dimensi *responsiveness* yang harus diperbaiki adalah *reliability* yang harus diperbaiki tamu tidak menunggu lama pesanan, atribut ini memiliki nilai tingkat kesesuaian yaitu 83,38%. Pentingnya sebuah pelayanan menjadi indikator tersendiri dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen. Faktanya kondisi "Gubug Djowo" semakin hari semakin diminati pengunjung namun tidak ada keselarasan dalam peningkatan pelayanan. Banyaknya pengunjung tidak diimbangi dengan jumlah karyawan yang memadai sehingga menyebabkan beberapa konsumen mengalami kondisi dimana menunggu lama terhadap pesanan yang sudah dipesan.

Atribut ke-8 pada dimensi *responsiveness* yang harus diperbaiki adalah karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan. Atribut ini memiliki nilai tingkat kesesuaian yaitu 83,65%. Hal ini menjadi penting mengingat berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa beberapa pelanggan yang loyal terhadap rumah makan tersebut menyatakan bahwa pihak pelayan Gubug Djowo sering salah antar pesanan dan

tidak segera mengganti dengan pesanan yang sesuai atau dengan kata lain konsumen harus menunggu pesanan kembali.

Atribut ke-14 pada dimensi karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu, atribut ini memiliki nilai tingkat kesesuaian yaitu 87,89%. Hal ini dikarenakan terkadang pelayan lebih ramah dengan konsumen yang datang membawa mobil dari apda konsumen yang datang dengan mengendarai sepeda motor.

5.1.3.2. Kuadaran II

Kuadran II disebut daerah yang harus dipertahankan, karena atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya. Konsumen cukup puas dengan segala atribut di atas yang telah diberikan oleh perusahaan, namun konsumen merasa harus ada sedikit perubahan yang harus dilakukan pihak rumah makan. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran II beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 5.2. Pernyataan Yang Menempati Kuadran II

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Tingkat Kesesuaian (%)	A/H	Dimensi
		Kenyataan	Harapan			
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	337	365	92,33	H	*Responsiveness*
10	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	312	373	83,65	H	*Assurance*
17	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	338	359	94,15	H	*Tangible*

18	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin	357	372	95,97	A	*Tangible*
19	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	290	370	78,38	H	*Tangible*
20	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	303	352	86,08	H	*Tangible*
21	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	313	360	86,94	A	*Tangible*

Pada tabel di atas pada kuadran II pada atribut 7, 10, 17, 19, dan 20 sehingga memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih besar dari batas tolak ukur keputusan (88,62%), sehingga atribut tersebut harus dipertahankan dari pihak "Gubug Djowo". Sedangkan, pada atribut 18 dan 21 sehingga memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan (88,62%), sehingga atribut tersebut harus diperbaiki dari pihak "Gubug Djowo".

5.1.3.3. Kuadaran III

Kuadran III disebut daerah prioritas rendah, karena atribut yang terdapat pada kuadran ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain. Akan tetapi, bukan berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran ini tidak menjadi hal yang harus diperhatikan, karena di masa yang akan datang atribut tersebut bisa menjadi tuntutan bagi rumah makan dalam menjalankan kinerja kualitas pelayanannya.

Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran III beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 5.3. Pernyataan Yang Menempati Kuadran III

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Tingkat Kesesuaian (%)	A/H	Dimensi
		Kenyataan	Harapan			
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.	306	355	86,20	A	*Reliability*
4	Makanan yang diberikan selalu memperhatikan nilai rasa dan gizi.	301	363	82,92	A	*Reliability*
11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	290	370	78,38	A	*Assurance*
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	303	352	86,08	A	*Assurance*
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	313	360	86,94	A	*Assurance*
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	319	363	87,88	A	*Empathy*

Pada tabel di atas pada kuadran II seluruh atribut memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan (88,62%), sehingga atribut tersebut perlu mendaptkan perbaikan dari pihak "Gubug Djowo".

5.1.3.4. Kuadaran IV

Kuadran IV dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi pelanggan tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu, dikarenakan tingkat kepentingan rendah

sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang perlu dibenahi. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran IV beserta tingkat kesesuaiannya. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada kuadran IV beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Tabel 5.4. Pernyataan Yang Menempati Kuadran IV

No	Pernyataan	Skor Rata-Rata		Tingkat Kesesuaian (%)	A/H	Dimensi
		Kenyataan	Harapan			
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan	323	347	93,08	H	*Reliability*
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	344	345	99,71	H	*Responsiveness*
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	337	365	92,33	H	*Responsiveness*
16	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.	312	373	83,65	H	*Empathy*

Pada tabel diatas seluruh atribut pada kuadran IV memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih besar dari batas tolak ukur keputusan (82,31%), sehingga atribut tersebut pada kuadran ini dapat dipertahankan tingkat pelayanannya oleh pihak rumah makan.

4.2.8. Prioritas Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV

Hasil perhitungan PGCV digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan di rumah makan "Gubug Djowo". Hasil perhitungan PGCV berdasarkan indeks PGCV diketahui bahwa urutan prioritas perbaikan pada atribut-atribut tersebut sesuai dengan konsep diagram kartesius pada kuadran I. Adapun sebagai berikut.

Tabel 5.5. Atribut-atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan PGCV

No	Pernyataan	Tingkat Kesesuaian (%)	Nilai ACV	Nilai ADCV	Nilai PGCV	Dimensi
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	87,89	10,30	17,75	7,46	*Empathy*
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	83,65	10,93	18,15	7,22	*Responsiveness*
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	82,88	11,22	18,40	7,18	*Reliability*
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	83,38	11,23	18,35	7,12	*Reliability*

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*) pelayanan "Gubug Djowo", belum sepenuhnya sesuai dengan kepentingan atau harapan mereka. Hal ini ditunjukkan pada kuadran I memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan sebesar 88,62%.
2. Kriteria prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) adalah (1) karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,89%. (2) karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan dengan tingkat kesesuaian sebesar 83,65%. (3) karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu dengan tingkat kesesuaian sebesar 82,88%. (4) tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama dengan tingkat kesesuaian sebesar 83,38%.

6.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya karyawan di Gubug Djowo memberikan pelayanan secara sama kepada seluruh pengunjung di rumah makan tanpa perlu dibedakan berdasarkan kelas sosialnya supaya tidak terjadi kesenjangan antar konsumen.
2. Karyawan Gubug Djowo dituntut sigap apabila terjadi kesalahan dalam penyajian makanan supaya pelanggan tidak merasa diabaikan pelayanannya.
3. Karyawan Gubug Djowo diharapkan supaya ketika tamu datang segera menyambut dan memberikan menu tanpa perlu tamu tersebut memanggil untuk melakukan pemesanan.
4. Hendaknya pihak Gubug Djowo senantiasa memprioritaskan pesanan tamu yang datang supaya tidak menunggu terlalu lama dan tempat yang digunakan dapat bergantian dengan tamu selanjutnya yang sudah menunggu di luar.

DAFTAR PUSTAKA

Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

_____. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Atina. 2010. *Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain In Customer Value's*. Jurnal. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit Binarupa Aksara.

Freddy Rangkuti. 2009.*Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Giese and Cote. 2000. *Human Resource Management (Terjemahan Benyamin Molan).* Jakarta: Gramedia.

Iqbal Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya.* Jakarta: Ghalia Indonesia.

Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Prenhallindo.

_____. 2005. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Edisi Pertama. Depok: Penerbit Salemba Empat.

Nasution. 2004. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.

_____. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Ratminto. 2008. *Manajemen Pelayanan.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2003. "Perilaku Konsumen". Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.

Supranto, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy. 2000. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2002. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

_____. 2007. *Service, Quality, Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Wilkie, William L. 1994. *Consumer Behavior*. New York: Third Edition, Jhon Wiley & Sons Inc.

Wulansari, Eka. 2007. Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum. Jurnal. Tanggal akses 2 Januari 2016.

LAMPIRAN

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Bersama ini, saya KGS M. Iqbal Syahnata mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan bapak/ibu untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan **"Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance* Analysis Dan *Potential Gain In Customer Value's* (Studi Kasus Pada Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta)"**. Informasi yang bapak/ibu berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam rangka menyelesaikan penelitian skripsi saya guna menyelesaikan studi S1 sarjana Teknik. Seluruh jawaban akan dirahasiakan. Atas bantuan dan kesediaan waktu bapak/ibu saya mengucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama : .....(boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
   a. 18 - 28 tahun
   b. 29 - 39 tahun
   c. > 40
4. Pendidikan terakhir :
   a. SD
   b. SMP
   c. SMA
   d. Diploma
   e. Sarjana
5. Pekerjaan :
   a. Pelajar
   b. Mahasiswa
   c. Pegawai Negeri
   d. Buruh
   e. Wiraswasta

f. Ibu Rumah Tangga

6. Pendapatan Perbulan :
   a. < Rp 1.000.000,00
   b. Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00
   c. Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
   d. Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00
   e. Rp 4.000.000,00 – Rp 5.000.000,00
   f. > Rp 5.000.000,00

B. Pertanyaan Penelitian

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan persepsi Saudara/i mengenai pernyataan tersebut.

1. Kepentingan yaitu menyatakan pendapat anda tentang penting tidaknya setiap pernyataan yang akan mempengaruhi kepuasan anda selama menggunakan jasa Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta.
2. Kinerja yaitu menyatakan kepuasan anda sehubungan dengan atribut dibawah ini.
3. Anda dapat memberikan skala jawaban sebagai berikut :

Tingkat Jawaban		
Skala	**Tingkat Harapan**	**Tingkat Kepuasan**
1	Tidak Penting	Tidak memuaskan
2	Kurang Penting	Kurang memuaskan
3	Cukup Penting	Cukup memuaskan
4	Penting	memuaskan
5	Sangat Penting	Sangat memuaskan

C. Lembar Kuesioner

PERNYATAAN		Tingkat Harapan					Tingkat Kepuasan				
		5	**4**	**3**	**2**	**1**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
Reliability											
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.										
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.										
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.										
4	Makanan yang diberikan selalu memperhatikan nilai rasa dan gizi.										
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan										
Responsiveness											
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan										
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.										
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan										

	pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.										
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan										
Assurance											
10	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin										
11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman										
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar										
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi										
Empathy											
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu										
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan										
16	Karyawan memberikan										

	pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial										
Tangible											
17	Lokasi Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta strategis										
18	Ketersediaan tempat parkir yang luas dan aman										
19	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.										
20	Penampilan karyawan rapi dan bersih										
21	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.										

--------- TERIMAKASIH ---------

HASIL OLAH DATA

DATA UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Jml
1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	**30**
2	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	**37**
3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	**33**
4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	**30**
5	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	**86**
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**91**
7	4	4	2	4	2	1	1	3	4	2	4	2	1	1	3	1	1	1	4	3	2	**50**
8	4	4	2	2	2	4	3	1	4	2	2	2	4	3	1	1	1	1	4	1	2	**50**
9	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	1	1	4	4	2	**65**
10	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	1	1	1	4	4	2	**71**
11	3	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	**31**
12	4	4	3	3	3	3	1	1	4	3	3	3	3	1	1	1	1	2	4	1	3	**52**
13	4	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	**33**
14	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	**23**
15	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	4	1	**32**
16	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	**25**
17	4	4	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	2	4	1	2	**42**
18	4	4	1	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1	3	4	4	2	2	4	4	1	**52**
19	4	4	1	2	1	1	1	3	4	1	2	1	1	1	3	4	4	2	4	3	1	**48**
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**98**
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	**89**
22	4	4	1	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1	3	4	1	1	1	4	4	1	**50**
23	4	4	1	2	1	1	1	3	4	1	2	1	1	1	3	1	1	1	4	3	1	**41**
24	3	4	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	4	4	4	3	1	1	**45**
25	4	4	1	1	1	4	3	3	4	1	1	1	4	3	3	3	3	4	4	3	1	**58**
26	4	4	4	2	1	1	1	1	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	**42**
27	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	4	4	1	**42**
28	4	4	1	1	1	3	1	1	4	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	1	1	**47**
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**86**
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**96**

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,954	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir_1	46,1000	355,403	,412	,955
Butir_2	46,2000	353,407	,413	,955
Butir_3	47,6667	328,989	,806	,950
Butir_4	47,5333	333,292	,754	,951
Butir_5	47,9667	333,895	,856	,950
Butir_6	47,5667	330,116	,764	,951
Butir_7	47,7333	333,099	,823	,950
Butir_8	47,2667	333,513	,672	,952
Butir_9	46,5000	345,914	,487	,954
Butir_10	47,6667	328,989	,806	,950
Butir_11	47,5333	333,292	,754	,951
Butir_12	47,9667	333,895	,856	,950
Butir_13	47,5667	330,116	,764	,951
Butir_14	47,7333	333,099	,823	,950
Butir_15	47,2667	333,513	,672	,952
Butir_16	47,6333	335,206	,642	,953
Butir_17	47,7000	335,252	,665	,952
Butir_18	47,7333	343,099	,544	,954
Butir_19	46,1000	355,403	,412	,955
Butir_20	47,2667	333,513	,672	,952
Butir_21	47,9667	333,895	,856	,950

DATA PENELITIAN
(KINERJA (*PERFORMANCE*)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Jml
1	4	4	4	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**77**
2	4	4	4	1	3	3	1	1	1	1	1	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	**58**
3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	2	4	4	**67**
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	**77**
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	**78**
6	2	4	2	2	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	**64**
7	2	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	**70**
8	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	1	1	4	4	3	4	4	1	4	4	**67**
9	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	4	4	**57**
10	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	**74**
11	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**79**
12	1	4	1	1	4	1	1	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	**63**
13	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	**72**
14	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4	**72**
15	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	**76**
16	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	**74**
17	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	**78**
18	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	2	1	4	4	**69**
19	2	2	4	2	2	3	3	4	2	4	3	4	1	1	1	4	4	2	3	4	4	**59**
20	4	2	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	**72**

21	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	**68**
22	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	**73**
23	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	**74**
24	1	4	1	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**74**
25	3	4	3	1	1	1	1	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**66**
26	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**77**
27	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	**76**
28	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	**77**
29	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	2	2	4	4	4	**66**
30	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	2	1	1	1	3	3	4	4	4	4	**65**
31	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	1	1	1	3	4	3	4	3	4	**64**
32	4	4	3	3	3	4	3	1	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	**72**
33	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4	4	**71**
34	4	4	4	4	3	4	3	4	1	4	2	2	2	2	1	1	4	3	4	4	4	**64**
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	**75**
36	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	**75**
37	4	2	2	2	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**73**
38	2	4	1	1	1	3	3	4	4	4	3	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	**58**
39	2	3	1	1	1	3	4	4	4	4	3	2	1	1	1	3	4	4	4	4	4	**58**
40	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**82**
41	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	**71**
42	2	1	2	2	1	1	4	2	4	4	1	2	2	2	1	1	4	2	4	4	4	**50**
43	3	3	1	1	1	1	1	2	4	4	3	4	2	2	3	3	3	2	4	4	4	**55**
44	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	**72**
45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	**78**

46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	**75**
47	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	**73**
48	2	4	2	4	4	4	3	1	4	4	3	1	4	4	3	4	4	1	4	4	4	**68**
49	3	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	1	1	1	1	1	3	4	4	4	**60**
50	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	**72**
51	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	**77**
52	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	**79**
53	3	4	3	3	1	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	**70**
54	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	**76**
55	2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	1	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	**67**
56	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	1	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	**69**
57	2	1	2	1	1	3	4	4	2	4	1	4	3	3	4	3	4	3	4	1	1	**55**
58	2	4	4	1	1	3	3	4	1	1	2	4	4	3	4	3	2	1	4	3	4	**58**
59	4	4	4	1	1	3	3	3	3	3	4	1	4	2	2	4	1	1	1	4	4	**57**
60	1	4	1	4	4	3	3	4	2	4	2	4	4	2	4	2	3	3	2	4	4	**64**
61	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2	3	3	4	4	1	**67**
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	**74**
63	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	**73**
64	3	3	4	4	4	4	4	1	2	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	**67**
65	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	**70**
66	4	3	4	4	4	4	4	4	1	1	2	4	3	3	3	3	3	3	1	1	4	**63**
67	1	2	1	1	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	**61**
68	1	2	1	1	3	3	3	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	**64**
69	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	3	4	2	2	**64**
70	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	2	1	1	1	3	4	2	2	**60**

71	2	1	2	1	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	**62**
72	4	1	3	1	1	4	4	4	4	4	1	4	4	2	2	2	4	4	4	1	1	**59**
73	3	3	3	1	1	4	4	1	1	1	1	3	3	2	2	2	1	1	3	3	3	**46**
74	3	3	4	1	1	4	4	1	1	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	**56**
75	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	**74**
76	3	3	3	3	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	**71**
77	2	3	2	4	4	4	2	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	**65**
78	2	1	2	4	4	4	2	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	2	2	**64**
79	4	1	2	4	4	4	4	1	3	3	1	1	4	4	4	4	4	4	3	1	1	**61**
80	2	1	2	4	4	4	4	1	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	3	2	1	**63**
81	2	1	4	1	1	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	1	1	**60**
82	4	2	4	1	1	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	2	1	**63**
83	1	1	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	1	**65**
84	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2	1	**68**
85	4	2	4	4	4	3	4	1	4	4	4	1	2	2	2	4	4	3	2	1	1	**60**
86	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	2	1	1	**67**
87	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	2	2	4	4	2	2	1	**65**
88	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	**77**
89	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	1	1	**72**
90	1	2	1	1	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	**63**
91	1	2	1	1	3	3	3	2	4	2	4	1	1	4	4	4	1	3	1	4	4	**53**
92	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	1	3	3	2	4	**69**
93	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3	1	4	4	4	4	4	4	2	4	**67**
94	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	**71**
95	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	**77**

96	3	1	4	4	4	4	4	1	1	1	3	1	3	4	4	4	4	4	4	1	4	**63**
97	3	3	4	1	1	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	**70**
98	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	3	4	1	1	1	4	1	4	4	**65**
99	1	1	1	3	4	1	1	2	4	4	4	1	1	4	3	3	3	4	1	4	4	**54**
100	2	2	1	1	4	3	3	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	**64**
JML	**306**	**305**	**306**	**301**	**323**	**344**	**337**	**312**	**338**	**357**	**290**	**303**	**313**	**312**	**319**	**328**	**328**	**330**	**337**	**327**	**338**	
Mean	**3,06**	**3,05**	**3,06**	**3,01**	**3,23**	**3,44**	**3,37**	**3,12**	**3,38**	**3,57**	**2,90**	**3,03**	**3,13**	**3,12**	**3,19**	**3,28**	**3,28**	**3,30**	**3,37**	**3,27**	**3,38**	

DATA PENELITIAN
(TINGKAT KEPENTINGAN/ *IMPORTANCE*)

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Jml
1	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**79**
2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**79**
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	**73**
4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	**76**
5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	**72**
6	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	**73**
7	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	**73**
8	4	4	4	4	1	1	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**65**
9	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	**72**
10	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	**70**
11	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	1	1	1	4	1	1	3	4	3	4	4	**58**
12	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	**70**
13	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	**75**
14	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	**77**
15	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	**71**
16	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	**73**
17	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	**72**
18	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	4	**69**
19	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**77**
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
21	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	**77**

22	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	**79**
23	4	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	**71**
24	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	**78**
25	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	**77**
26	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	**79**
27	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**82**
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	**81**
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	**80**
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	**82**
31	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	2	4	3	3	2	4	4	4	4	**72**
32	2	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	**71**
33	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	**74**
34	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	**74**
35	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	3	4	**73**
36	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	**73**
37	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	3	4	4	4	4	**64**
38	1	4	1	1	1	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	**64**
39	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	**74**
40	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	2	4	**75**
41	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	4	**71**
42	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	2	4	**72**
43	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	4	**74**
44	3	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	4	1	4	4	**69**
45	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	**76**
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**

47	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**81**
48	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**80**
49	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**79**
50	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**77**
51	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	**78**
52	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	**78**
53	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	**80**
54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	**80**
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	**79**
57	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	1	**74**
58	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	**81**
59	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	**77**
60	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	**77**
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	**82**
62	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	**76**
63	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	**73**
64	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	**75**
65	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	**74**
66	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**77**
67	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	**79**
68	3	1	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	**70**
69	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	**72**
70	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	**74**
71	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	1	1	**70**

72	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	**75**
73	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	**72**
74	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**77**
75	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	4	**67**
76	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	**77**
77	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	**77**
78	2	4	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	**68**
79	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	**72**
80	3	4	3	4	3	3	3	4	1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	**71**
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**78**
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
87	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**83**
88	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**83**
89	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	**81**
90	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	**81**
91	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	**77**
92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**80**
93	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**80**
94	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**81**
95	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**81**
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**81**

97	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**82**
98	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**83**
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**84**
JML	**355**	**368**	**367**	**363**	**347**	**345**	**365**	**373**	**359**	**372**	**370**	**352**	**360**	**355**	**363**	**351**	**363**	**380**	**366**	**364**	**388**	
Mean	**3,55**	**3,68**	**3,67**	**3,63**	**3,47**	**3,45**	**3,65**	**3,73**	**3,59**	**3,72**	**3,70**	**3,52**	**3,60**	**3,55**	**3,63**	**3,51**	**3,63**	**3,80**	**3,66**	**3,64**	**3,88**	

HASIL UJI METODE IPA

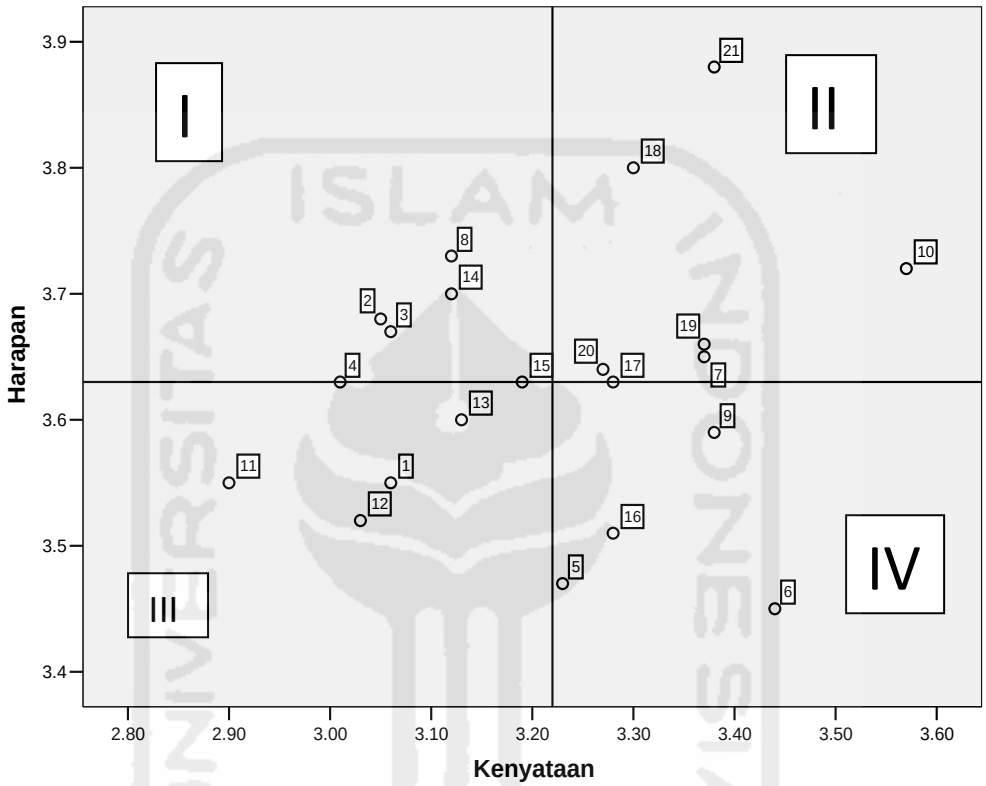
No	Atribut	Tingkat Kinerja (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian	Rata-Rata X	Rata-Rata Y
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.	306	355	86,20	3,06	3,55
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	305	368	82,88	3,05	3,68
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	306	367	83,38	3,06	3,67
4	Makanan yang diberikan selalu memperhatikan nilai rasa dan gizi.	301	363	82,92	3,12	3,73
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan	323	347	93,08	3,23	3,47
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	344	345	99,71	3,44	3,45
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	337	365	92,33	3,37	3,65
8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	312	373	83,65	3,01	3,63
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	338	359	94,15	3,38	3,59
10	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan “Gubuk Jowo” Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin	357	372	95,97	3,57	3,72

11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	290	370	78,38	3,12	3,70
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	303	352	86,08	3,03	3,52
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	313	360	86,94	3,13	3,60
14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	312	355	87,89	2,90	3,55
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	319	363	87,88	3,19	3,63
16	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	328	351	93,45	3,28	3,51
17	Lokasi Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta strategis	328	363	90,36	3,28	3,63
18	Ketersediaan tempat parkir yang luas dan aman	330	380	86,84	3,30	3,80
19	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.	337	366	92,08	3,37	3,66
20	Penampilan karyawan rapi dan bersih	327	364	89,84	3,27	3,64
21	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.	338	388	87,11	3,38	3,88
Rata-rata				**88,62**	**3,22**	**3,63**

RANGKUMAN DATA PENELITIAN
TINGKAT KEPUTUSAN *HOLD AND ACTION*

No. Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan H dan A
1	86,20	A
2	82,88	A
3	83,38	A
4	82,92	A
5	93,08	H
6	99,71	H
7	92,33	H
8	83,65	A
9	94,15	H
10	95,97	H
11	78,38	A
12	86,08	A
13	86,94	A
14	87,89	A
15	87,88	A
16	93,45	H
17	90,36	H
18	86,84	A
19	92,08	H
20	89,84	H
21	87,11	A

DIAGRAM KARTESIUS



HASIL UJI METODE ANALISIS PGCV

No	Atribut	Performance (X)	Important (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y. Pmaks)	Indeks PGCV	Urutan Ke
1	Karyawan selalu sigap ketika ada tamu baru datang.	3,06	3,55	10,86	17,75	6,89	8
2	Karyawan bergerak cepat dalam melayani tamu.	3,05	3,68	11,22	18,40	7,18	3
3	Tamu akan menerima pesanannya setelah memesan kepada karyawan tanpa menunggu lama.	3,06	3,67	11,23	18,35	7,12	4
4	Makanan yang diberikan selalu memperhatikan nilai rasa dan gizi.	3,12	3,73	11,64	18,65	7,01	5
5	Karyawan, waiters khususnya dapat menjelaskan kepada tamu tentang makanan maupun minuman yang disajikan	3,23	3,47	11,21	17,35	6,14	15
6	Tanpa menunggu lama tamu segera mendapatkan buku menu untuk memilih minuman untuk dipesan	3,44	3,45	11,87	17,25	5,38	20
7	Karyawan cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan tamu.	3,37	3,65	12,30	18,25	5,95	18

8	Karyawan segera mengganti makanan atau minuman apabila makanan atau minuman yang disajikan tidak sesuai dengan pesanan tamu atau tidak sesuai dengan yang tamu harapkan.	3,01	3,63	10,93	18,15	7,22	2
9	Karyawan dengan segera memohon maaf kepada tamu apabila ada keluhan yang disampaikan	3,38	3,59	12,13	17,95	5,82	19
10	Kehalalan dan keamanan makanan dan minuman di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta Terjamin	3,57	3,72	13,28	18,60	5,32	21
11	Lingkungan Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta yang tenang membuat tamu merasa aman dan nyaman	3,12	3,70	11,54	18,50	6,96	6
12	Makanan dan minuman yang disajikan di Rumah Makan "Gubuk Jowo" Moyudan Sleman Yogyakarta menggunakan bahan yang segar	3,03	3,52	10,67	17,60	6,93	7
13	Makanan yang disajikan memiliki rasa dan kualitas yang tinggi	3,13	3,60	11,27	18,00	6,73	9

14	Karyawan melayani tamu dengan bersungguh-sungguh tanpa menyepelekan tamu	2,90	3,55	10,30	17,75	7,46	1
15	Karyawan bekerja secara profesional sesuai dengan prosedur perusahaan	3,19	3,63	11,58	18,15	6,57	10
16	Karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial	3,28	3,51	11,51	17,55	6,04	16
17	Lokasi Rumah Makan “Gubuk Jowo” Moyudan Sleman Yogyakarta strategis	3,28	3,63	11,91	18,15	6,24	14
18	Ketersediaan tempat parkir yang luas dan aman	3,30	3,80	12,54	19,00	6,46	11
19	Tersedia fasilitas toilet dan wastafel di area Resto untuk memenuhi kebutuhan tamu.	3,37	3,66	12,33	18,30	5,97	17
20	Penampilan karyawan rapi dan bersih	3,27	3,64	11,90	18,20	6,30	12
21	Peralatan makan yang tersedia dimeja makan selalu dijamin kebersihannya.	3,38	3,88	13,11	19,40	6,29	13