

**PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN JASA DI ENAK'E MORO
RESTO AND COFFEE DENGAN METODE SERVQUAL DAN
TRIZ**

TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana Teknik Industri**



DINAR AYU LARASATI

15 06 08259

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

**PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN JASA DI ENAK'E MORO RESTO AND
COFFEE DENGAN METODE SERVQUAL DAN TRIZ**

yang disusun oleh

Dinar Ayu Larasati

15 06 08259

telah dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal

11 Agustus 2020

Keterangan

Dosen Pembimbing 1,	Dr. A. Teguh Siswantoro, M. Sc
Dosen Pembimbing 2,	Dr. Parama Kartika Dewa, ST., MT.
Tim Penguji	
Penguji 1,	Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.
Penguji 2,	DM. Ratna Tungga Dewa, S.Si., MT.

Yogyakarta, 11 Agustus 2020

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri,

Dekan,

Dr. A. Teguh Siswantoro, M. Sc.

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinar Ayu Larasati

NPM : 15 06 08259

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul "Perbaikan Kualitas Layanan Jasa di Enak'e Moro *Resto and Coffee* dengan Metode *Servqual* dan *Triz*" merupakan hasil penelitian saya pada Tahun Akademik 2020 yang bersifat original dan tidak mengandung plagiasi dari karya manapun.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan karya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku termasuk untuk mencabut gelar Sarjana yang telah diberikan Universitas Atma Jaya Yogyakarta kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 11 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Dinar Ayu Larasati

KATA PENGANTAR

Puji Syukur ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik. Laporan tugas akhir ini ditulis untuk memenuhi syarat kelulusan derajat Sarjana Teknik Industri pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu, dan memberikan masukan-masukan, sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto, M. Sc., selaku Dekan fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan dosen pembimbing pertama yang senantiasa bersedia membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Parama Kartika Dewa, ST., MT., selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa bersedia membimbing dan menuntun penulis dalam penyusunan laporan tugas akhir ini.
3. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T.,M.MT.,Dr.Eng. selaku Kaprodi Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang senantiasa memberikan pengarahan demi kelancaran penyusunan Tugas Akhir.
4. Mas Tama selaku pemilik dari Enak'e Moro *Resto & Coffee*.
5. Mas Firhand selaku manager dari Enak'e Moro *Resto & Coffee*.
6. Keluarga yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
7. Teman teman saya Agnes, Bagas, Tedy, dan grup kangen dee yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
8. Edo Wenno yang telah memberi dukungan dan semangat selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

Penulis berharap penelitian ini dapat digunakan dengan bagi pelaku usaha, maupun dalam bidang pendidikan dan penelitian selanjutnya

Yogyakarta, 29 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

BAB JUDUL	HAL
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Pernyataan Originalitas	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Lampiran	xi
Intisari	xii
1 Pendahuluan	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Batasan Masalah	4
2 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.2. Landasan Teori	10
3 Metodologi Penelitian	
3.1. Tahap Persiapan Penelitian	28
3.2. Tahap Pengambilan Data	31
3.8. Tahap Akhir	32
4 Profil Perusahaan dan Data Penelitian	
4.1. Profil Perusahaan	36

4.2. Pengambilan Data	44
5 Analisis Data dan Pembahasan	
5.1. Deskripsi Responden	60
5.2. Analisis Servqual	61
5.3. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	65
5.4. Usulan Perbaikan dengan Metode TRIZ	68
6 Implementasi Perbaikan Layanan	
6.1. Implementasi	83
6.2. Hasil Implementasi	88
7 Kesimpulan dan Saran	
7.1. Kesimpulan	90
7.2 Saran	91
Daftar Pustaka	92
Lampiran	94

DAFTAR TABEL

2.1.	Parameter Metode <i>Triz</i>	17
4.1.	Sumber Identifikasi Dimensi Atribut Pelayanan	45
4.2.	Atribut Layanan <i>Tangible</i>	47
4.3.	Atribut Layanan <i>Reliability</i>	47
4.4.	Atribut Layanan <i>Assurance</i>	48
4.5.	Atribut Layanan <i>Responsiveness</i>	48
4.6.	Atribut Layanan <i>Emphaty</i>	49
4.7.	Skala Kuesioner	49
4.8.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	52
4.9.	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan	54
4.10.	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	57
4.11.	Frekuensi Skor Tingkat Kepentingan	58
4.12.	Frekuensi Skor Tingkat Kepuasan	58
5.1.	Data Responden	60
5.2.	Skor Servqual	61
5.3.	Ranking Atribut Layanan berdasarkan Gaps Servqual	63
5.4.	Atribut Layanan Kuadran I	65
5.5.	Atribut Layanan Kuadran II	66
5.6.	Atribut Layanan Kuadran III	67
5.7.	Atribut Layanan Kuadran IV	67
5.8.	Kriteria Perbaikan Pelayanan Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	68
5.9.	Solusi Awal Atribut Pelayanan	69
5.10.	<i>Improving Feature</i> dan <i>Worsing Feature</i> Atribut R1	71
5.11.	<i>Improving Feature</i> dan <i>Worsing Feature</i> Atribut Res1 dan R4	72

5.12.	<i>Improving Feature</i> dan <i>Worsing Feature</i> Atribut T2	73
5.13.	<i>Improving Feature</i> dan <i>Worsing Feature</i> Atribut T1	74
5.14.	<i>Inventive Principle</i>	74
6.1.	Data Responden Implementasi	88
6.2.	Ringkasan Hasil Kuesioner Implementasi	88



DAFTAR GAMBAR

2.1.	Konsep Servqual	13
2.2.	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	15
3.1.	Diagram Alir Metodologi Penelitian	27
3.2.	Diagram Alir Merancang Kuesioner	29
3.5.	Diagram Alir Pengumpulan Data	32
3.6.	Diagram Alir Analisis Data	33
3.7.	Diagram Alir Implementasi Usulan Perbaikan	35
4.1.	Lokasi Denah Enak'e Moro Resto and Coffee	36
4.2.	<i>Manual Brew V60</i>	38
4.3.	Minuman Non Coffee	38
4.4.	Nasi Goreng	39
4.5.	<i>Platters</i>	39
4.6.	Struktur Organisasi Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	40
4.7.	Area Parkir Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	40
4.8.	Ruang VIP Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	41
4.9.	Toilet Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	42
4.10.	<i>Smoking Area</i> Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	42
4.11.	Gazebo Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	43
4.12.	Musholla Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	43
4.13.	Permainan Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	44
5.1.	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	65
5.2.	Poster Merekrut <i>Barista dan Kitchen</i>	76
5.3.	Usulan Rancangan Intruksi Kerja Pelayanan Konsumen	78
5.4.	Poster Ajakan Membuang Sampah Pada Tempatnya	80

5.5.	Rancangan Intruksi Kerja Penataan dan Pembersihan Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i>	81
6.1.	<i>Training Kitchen</i>	84
6.2	Kelas Barista	85
6.3.	Penempatan Tanaman (Faktual)	87
6.4.	Penempatan Tanaman (Implementasi Perbaikan)	87



DAFTAR LAMPIRAN

1.	Keluhan Pelanggan pada <i>Google Review</i>	94
2.	Lembar Kuesioner Penelitian	96
3.	Tabulasi Data Kuesioner	101
4.	Tabulasi Kuesioner Tingkat Kepentingan	108
5.	Tabulasi Kuesioner Tingkat Kepuasan	116
6.	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	123
7.	Dokumentasi bersama Manager	124



INTISARI

Enak'e Moro *Resto and Coffee* merupakan salah satu *cafe* baru di Yogyakarta. Sejak awal berdiri, dapat dikatakan bahwa Enak'e Moro memberikan perkembangan yang cukup baik. Akan tetapi, berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada saat awal observasi informasi yang didapat dari manajer bahwa dalam 5 bulan terakhir jumlah konsumen tidak mengalami peningkatan. Hal tersebut juga dapat terjadi karena dampak dari Covid 19 yang menyebabkan beberapa sektor bisnis salah satunya *coffeeshop* mengalami penurunan penjualan. Selain itu beberapa keluhan mulai muncul di *Google Review* yang menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan masih kurang memuaskan. Menyikapi hal tersebut, pihak manajemen bermaksud untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan guna mengetahui seberapa baik layanan yang diberikan saat ini. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan berdasarkan metode *servqual* untuk mengetahui kualitas layanan Enak'e Moro. Hasil yang didapat kemudian dianalisis menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Analisis IPA dilakukan untuk mengetahui prioritas atribut layanan yang perlu untuk diperbaiki. Sedangkan analisis TRIZ digunakan untuk mengetahui metode perbaikan yang akan dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut layanan yang kurang baik menurut pelanggan berdasarkan hasil analisis IPA yaitu atribut Karyawan dapat memenuhi setiap pesanan dengan cepat (R1), Karyawan dapat dengan cepat memberi saran ke konsumen untuk menentukan pesanan (Res1), Karyawan mampu menawarkan dan mendeskripsikan produk dengan baik (R4), Suhu yang ada di Enak'e Moro Resto and Coffee nyaman (T2), Area makan pada Enak'e Moro Resto and Coffee bersih dan rapi (T1), hal ini menunjukkan atribut pelayanan belum memuaskan konsumen. Selanjutnya adalah melakukan analisis TRIZ untuk mengetahui untuk mengetahui metode perbaikan yang akan dilakukan, usulan pada setiap atribut diberikan berdasarkan analisis menggunakan metode TRIZ. Terakhir adalah melakukan implementasi perbaikan dengan dua tindakan yaitu melakukan *training* karyawan dan penambahan area hijau pada area terbuka. Dari implementasi tersebut, didapatkan data yang menunjukkan bahwa layanan yang diberikan menjadi lebih baik.

Kata Kunci: Kepuasan konsumen, kualitas, jasa, *servqual*, *Importance Performance Analysis*, *TRIZ*.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kopi memang tidak bisa dipisahkan dari keseharian kebanyakan orang, terutama bagi pencintanya. Kopi telah menjadi tradisi sejak dahulu dalam budaya dan peradaban global. Seluruh dunia mempunyai tradisi minum kopi yang terus berlangsung dari masa lalu hingga sekarang dan diperkirakan akan terus berlanjut di masa depan. Bahkan, saat ini kopi tidak hanya sekedar sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi saja. Namun juga sudah menyentuh berbagai aspek kehidupan, salah satunya budaya. Akhir-akhir ini budaya “ngopi” telah menjamur di kalangan masyarakat perkotaan, khususnya anak muda. Kopi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat *urban*.

Sejarah kopi di Indonesia tercatat sejak tahun 1690, biji kopi dibawa ke Pulau Jawa untuk *dikultivasi* secara besar-besaran. Pada saat itu, Indonesia masih merupakan negara jajahan Kolonial Belanda. Di Indonesia, Belanda membuka perkebunan kopi di Pulau Jawa dan menjual hasilnya ke Eropa. Penanaman kopi oleh Belanda sukses besar dan Amsterdam menjadi pusat perdagangan kopi se-Eropa hingga abad ke-18. Indonesia merupakan salah satu dari 10 negara yang memiliki produksi kopi terbesar di dunia. Tidak jarang muncul industri *coffeeshop* atau kedai kopi yang sangat pesat dan membawa dampak baru dalam gaya hidup konsumen. Bagi para kalangan muda, pekerja, mahasiswa, dan pecinta kopi khususnya *coffeeshop* merupakan salah satu tempat alternatif yang ideal untuk dikunjungi sebagai tempat *meeting*, mengerjakan tugas, atau sekedar tempat untuk *refreshing*. Serupa dengan individu, setiap *coffeeshop* atau tempat ngopi memiliki karakternya masing-masing. Konsep bangunan, bar, dan menu adalah hal yang paling umum terlihat untuk mengidentifikasi karakter sebuah *coffeeshop*.

Enak'e Moro *Resto and Coffee* adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jalan Sidomulyo, Manukan, Condongcatur, Yogyakarta. Enak'e Moro *Resto and Coffee* berdiri sejak tahun 2019 dengan jam buka senin sampai minggu mulai dari pukul 10.00 hingga pukul 02.00 WIB. Dalam satu hari kerja terdapat dua shift kerja yaitu shift 1 pada pukul 10.00 hingga pukul 18.00 WIB dan shift 2 pada pukul 18.00 hingga pukul 02.00 WIB.

Selain menyajikan minuman berbahan dasar kopi, Enak'e Moro *Resto and Coffee* juga menyajikan berbagai produk makanan khas kota Banyuwangi dan beberapa varian *snack* lain. Sehingga para konsumen tidak hanya dapat menikmati sajian kopi tetapi juga sajian makanan nusantara dan *western*. Produk yang disajikan Enak'e Moro *Resto and Coffee* selalu menggunakan bahan dengan kualitas yang baik. Seperti biji kopi *arabica* dan *robusta* yang digunakan sebagai bahan dasar dari minuman kopi, Enak'e Moro *Resto and Coffee* membeli biji kopi dari berbagai *roastery* di Yogyakarta dan luar Yogyakarta. Standar pembuatan minuman kopi di Enak'e Moro *Resto and Coffee* menggunakan mesin *espresso* dan metode *manual brewing* atau menyeduh dengan alat manual. Terdapat banyak pilihan minuman yang disajikan, tidak hanya minuman kopi dengan pilihan panas atau dingin tetapi terdapat juga minuman segar seperti jus dan berbagai menu *blend* lainnya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang sangat dijaga baik oleh Enak'e Moro *Resto and Coffee*. Untuk mempertahankan hal tersebut Enak'e Moro *Resto and Coffee* selalu berusaha memberikan fasilitas dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Seperti nuansa tempat yang luas dan hangat, *wifi*, tempat duduk yang nyaman, serta pelayanan dari *barista* dan *waiters* yang ramah.

Kemampuan *barista* Enak'e Moro *Resto and Coffee* dalam membuat secangkir kopi sangat menentukan kualitas dari produk yang dihasilkan. *Barista* satu dengan lainnya memiliki kemampuan yang berbeda dalam membuat kopi. Hal ini membuat hasil produk tidak konsisten dan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Menu minuman dan makanan harus disajikan oleh *barista* dengan kecepatan, ketepatan, dan ketrampilan yang sesuai dengan standar operasional perusahaan.

Enak'e Moro *Resto and Coffee* merupakan *coffeeshop* yang sudah beroperasi hampir 1 tahun dan belum pernah dilakukan pengukuran terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada saat awal observasi informasi yang didapat dari manajer bahwa dalam 5 bulan terakhir jumlah konsumen tidak mengalami peningkatan, hal tersebut diketahui berdasarkan data penjualan selama 5 bulan terakhir. Hal tersebut juga dapat terjadi karena dampak dari Covid 19 yang menyebabkan beberapa sektor bisnis salah satunya

coffeeshop mengalami penurunan penjualan dan turunnya jumlah konsumen yang datang.

Enak'e Moro *Resto and Coffee* juga menerima banyak komentar di *website* seperti *google review*, *google review* merupakan layanan gratis yang diberikan oleh *google* untuk mengumpulkan rating dan ulasan produk dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di situs restoran yang didaftarkan. bahwa konsumen menyampaikan keluhan yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan, komentar negatif yang paling banyak disebutkan adalah mengenai pelayanan yang membutuhkan waktu lama sampai makanan disajikan dan pelayanan yang cuek. Terdapat juga komentar mengenai ruangan yang panas pada saat siang hari, pada *Google Review* tidak terdapat keluhan mengenai kualitas produk.

Enak'e Moro *Resto and Coffee* memiliki kompetitor yang berjarak kurang dari 2 km dan memiliki konsep yang hampir sama diantaranya yaitu *Ivy Coffee*, *Marisini Coffee*, dan Warung Layar Sentuh. Hal ini membuat Enak'e Moro *Resto and Coffee* harus lebih memperhatikan pelayanan dan produk yang diberikan agar dapat bersaing dengan kompetitor lain.

Berdasarkan uraian di atas penting bagi pihak manajer dan *owner* untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini menggunakan metode *servqual* dalam mengukur kepuasan konsumen. Metode yang digunakan pada penelitian ini diharapkan dapat mengukur persepsi dan harapan dari konsumen dengan tepat. Hasil yang didapat selanjutnya akan dianalisis untuk menentukan perbaikan yang akan dilakukan. Selain menentukan perbaikan apa yang akan dilakukan, Enak'e Moro *Resto and Coffee* juga mempertimbangkan adanya dampak dari pandemi *Covid 19* dan protokol *Covid 19* yang harus dijalankan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adanya ulasan negatif dari konsumen yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan dan bagaimana menentukan perbaikan kualitas pelayanan yang perlu dilakukan oleh Enak'e Moro *Resto and Coffee* untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Enak'e Moro *Resto and Coffee*.
2. Mengidentifikasi dan menentukan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki.
3. Memberi usulan perbaikan layanan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen di Enak'e Moro *Resto and Coffee*.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sebelumnya sudah pernah berkunjung dan menikmati hidangan di Enak'e Moro *Resto and Coffee*.
2. Pengambilan data kuisisioner dilakukan dari tanggal 23 April hingga 30 April 2020 dan 1 Juni hingga 7 Juni 2020.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Penelitian Terdahulu

Dalam suatu penelitian diperlukan dukungan hasil-hasil penelitian yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Diwangkoro (2016) bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasaan pada konsumen terhadap kualitas kopi dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada di Kafe Kopi Garasi. Berdasarkan hasil penelitiann yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa konsumen belum cukup puas terhadap “Cafe Kopi Garasi” terutama pada kualitas produk, analisa dengan menggunakan metode IPA, *aftertaste*, atribut rasa sebagai prioritas utama. Yang kedua konsumen belum puas terhadap kinerja “Cafe Kopi Garasi” yaitu pada kualitas pelayanan, hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, dengan variabel keandalan (*realbility*) menjadi prioritas utama.

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2014) Dalam usaha melayani kebutuhan konsumen, Bengkel Resmi HONDA AHASS PD. Sumber Motor Karawang selalu ingin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan banyaknya sistem yang bergerak dibidang yang sama membuat Bengkel AHASS PD. Dalam penelitian ini perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan secara keseluruhan dan usulan perbaikan dilakukan hanya berdasarkan segmentasi yaitu pada konsumen dengan jumlah pemakaian jasa bengkel ≥ 7 kali dan pendapatan dua sampai tiga juta. Hasil yang didapat dari perhitungan *Customer Satisfaction Index* adalah 90,979%, dan atribut yang menjadi usulan perbaikan adalah atribut yang berada pada kuadran pertama *matrix Importance Performance Analysis*, yaitu terdapat ketersediaan ruang tunggu, ketersediaan kipas, ruang resepsionis yang nyaman, tersedia sarana hiburan, kerapian pegawai, kesopanan resepsionis dan tersedia seragam formal untuk mekanik.

Penelitian yang dilakukan oleh Ekaputri (2013) adalah meningkatkan layanan kualitas pada Mirota. Peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen dilakukan dengan menggunakan

metode SERVQUAL dan *Struktural Equation Modeling* (SEM). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan mengevaluasi penyebab perbedaan kualitas layanan, untuk mengetahui hubungan tersebut antara kualitas layanan, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen, dan untuk mengusulkan perbaikan proposal. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah kesenjangan 5 tentang kualitas layanan di Mirota. Kesenjangan disebabkan oleh kesenjangan 1, 2, dan 4. Analisis kuadran dilakukan untuk mengetahui kelemahan perusahaan tersebut berdasarkan perbandingan tingkat harapan dan persepsi konsumen. Hasil analisis irisan kuadran IV dan hubungan erat antara model yang digunakan sebagai referensi dalam menentukan peningkatan menggunakan oleh *Quality Function Deployment* (QFD). Dari QFD hasil, perbaikan utama dilakukan dengan melihat pentingnya bagaimana nilai lebih dari 245,4. Perbaikan sedang melakukan riset pasar, menyediakan arah dan memperbaiki dengan lembah, memberi arah barang dan mengatur barang.

Penelitian yang dilakukan oleh Novirasari (2014) adalah mengenai usulan perbaikan kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode *service quality* di Baray Travel Bandung. Banyak keluhan yang terjadi pada Baraya Travel menyebabkan manajemen ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan juga memberikan usulan perbaikan pelayanan jasa pada Baraya Travel. Usulan perbaikan dibuat berdasarkan gap yang terjadi. Pengukuran tingkat kepuasan dalam penelitian ini menggunakan metode *Service Quality* dengan membagi ke dalam 5 dimensi kualitas pelayanan *reliability, tangibles, responsiveness, assurance, empathy*. Hasil penelitian menunjukkan belum sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Usulan yang diberikan pada Baraya Travel berupa pembuatan standar operasional pekerjaan tertulis yang jelas untuk mengatur pegawai, lalu disosialisasikan kepada karyawan, serta memberikan pelatihan lebih lanjut kepada karyawan sesuai ekspektasi konsumen untuk atribut kualitas jasa.

Penelitian yang dilakukan oleh Valentina (2011) adalah mengenai Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa pos *express* di PT Pos Indonesia cabang surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Teknik sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik random sampling, yaitu apabila populasinya dibawah 100, maka besarnya sampel yang diambil adalah 50% atau seluruhnya. Teknik pengumpulan data dengan metode angket dan dokumentasi

untuk memperoleh data *variable* tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja pegawai Pos *Express* Surakarta. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *importance performance analysis*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sejauh ini konsumen tetap Pos *Express* tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan tingkat kesesuaian total antara kinerja petugas atau karyawan Pos *Express* dengan tingkat kepentingan konsumen tetap Pos *Express* sebesar 62, 14% lebih kecil dari 100% sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja Pos *Express* belum sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan konsumen tetap Pos *Express*.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahma (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Metode *Servqual*. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan tingkat kualitas pelayanan kepada konsumen dan menentukan atribut-atribut yang paling berpengaruh terhadap kualitas pelayanan di Ria Djenaka *Coffee House & Resto*. Metode yang digunakan yaitu metode *Servqual* (*Service Quality*). Metode ini untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan kepuasan konsumen. Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2014. Penelitian ini dilakukan di Ria Djenaka *Coffee House & Resto* Malang. Kuesioner disebarakan kepada 99 responden Ria Djenaka *Coffee House & Resto* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil analisis menggunakan metode *Servqual* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa yang menjadi prioritas utama konsumen yaitu atribut yang masuk pada kuadran utama (kuadran I). Kuadran utama (kuadran I), meliputi atribut kecepatan dalam pelayanan dan penyajian (X1.1), ketepatan menu yang disajikan dengan pesanan (X1.2), karyawan bersikap sopan dan ramah kepada konsumen (X3.2), kelezatan menu yang disajikan (X3.3), dan tempat parkir yang cukup luas (X5.5)

Penelitian yang dilakukan oleh Bayu (2017). Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode *Quality Function Deployment* dan *Fuzzy-Servqual*. Mengenai perkembangan bisnis *cafe* yang semakin pesat, menuntut *cafe* agar selalu membuat inovasi dan konsep baru yang menarik lebih banyak konsumen. Kunci utama dalam menarik konsumen selain inovasi dan konsep baru adalah kemampuan *cafe* untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menentukan atribut menjadi prioritas utama dan menentukan respon teknis yang menjadi target utama dalam usulan

perbaikan pada *Cafe Right Time* untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *quality function deployment* (QFD) dan *fuzzy-servqual*. Pengolahan data menggunakan metode QFD menunjukkan respon teknis yang menjadi target utama dalam usulan perbaikan adalah mengadakan pelatihan komunikasi, membuat standar operasional prosedur pelayanan terhadap konsumen, dan etika karyawan secara rutin, dan memperbaiki sarana dan prasarana.

Penelitian yang dilakukan oleh Kamelia (2016). Analisis Kepuasan Konsumen menggunakan Metode Servqual dan Fuzzy di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Yogyakarta. Dalam penelitian ini tingkat kepuasan diukur dengan menggunakan Fuzzy-Servqual untuk menentukan tingkat kesenjangan antar persepsi dan ekspektasi konsumen. Logika Fuzzy digunakan untuk mengurangi ketidakpastian responden dalam memberikan nilai persepsi dan ekspektasi. Dengan menggabungkan Servqual dan Fuzzy didapat gap keseluruhan sebesar -0,983 yang berarti pelayanan yang diberikan perpustakaan belum memenuhi keinginan pengunjung. Rancangan perbaikan berdasarkan faktor-faktor prioritas perbaikan yaitu: pemberlakuan SOP, penambahan karyawan, melakukan maintenance berkala, melakukan upgrade pada komputer.

Penelitian yang dilakukan oleh Niken (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan mengetahui penilaian kualitas pelayanan jasa yang didasarkan pada hasil SERVQUAL (*service quality*). Jumlah populasi subjek penelitian ini adalah mahasiswa baru Tahun Ajaran 2014/2015 sebanyak 946 mahasiswa dengan sampel terdiri dari 90 orang mahasiswa yang dipilih dengan menggunakan teknik sampling Probability dan teknik Snow Ball. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan kuesioner berupa skala SERVQUAL yang menggambarkan kesenjangan (*gap*) kualitas pelayanan yang diharapkan (ekspektasi) dan kenyataan (persepsi) yang diterima mahasiswa baru sehingga diketahui tingkat kepuasan yang terdapat pada atribut-atribut pelayanan jasa yang terdiri dari 5 dimensi SERVQUAL, yaitu kehandalan jasa (*reliability*), wujud penampilan (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan jasa belum maksimal memuaskan mahasiswa karena semua atribut memiliki kesenjangan bernilai minus atau negatif. Selanjutnya dianalisis menggunakan

Diagram Kartesius untuk mengidentifikasi jasa berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen. Dari hasil pengintegrasian metode SERVQUAL dan pengukuran Diagram Kartesius, atribut dominan berada pada kuadran D, yang berarti kinerja organisasi pada tingkat tinggi tetapi keinginan atau harapan konsumen pada variabel tersebut rendah. Oleh karena itu IIB Darmajaya perlu mempertahankan kualitas pelayanannya dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar optimal dan menempatkan atribut yang berada pada kuadran lain tersebut untuk berada pada kuadran B.

Penelitian yang dilakukan oleh Nudin (2018) bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Hypermart Assalam. Metode yang digunakan untuk menganalisis adalah Fuzzy Service Quality. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Hypermart Assalam dengan prioritas perbaikan utama yaitu jarak antara tempat parkir dengan toko yang bernilai -3,665. Maka dalam menyempurnakan pelayanan di Hypermart Assalam penelitian ini disertai dengan metode perbaikan dengan menggunakan TRIZ.

Penelitian yang dilakukan oleh Suhartini dkk (2015) bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan jasa *service* di PT AUTO 2000 Surabaya. Metode untuk memecahkan masalah tersebut adalah dengan menggunakan menggunakan metode TRIZ. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pihak dealer dinilai masih kurang, karena masih ada layanan yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Dari hasil analisis TRIZ diperoleh 5 usulan perbaikan atau peningkatan kualitas yang ada di setiap dimensi.

2.1.2. Penelitian Sekarang

Penelitian pada sekarang ini dilakukan di Enak'e Moro *Resto and Coffee*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan, mengetahui atribut yang paling dominan untuk diperbaiki, mengetahui penyebab ketidakpuasan konsumen terhadap layanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki, dan memberikan usulan perbaikan terhadap pelayanan yang paling dominan untuk diperbaiki. Penelitian yang dilakukan sekarang serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Ekaputri (2013), Bayu (2017), Novirasari (2014), Rahma (2014), Kamelia (2016), Niken (2016) mengenai pengukuran kepuasan pelayanan dengan meninjau

kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi konsumen dengan metode *Service Quality*. Kemudian metode yang digunakan untuk mengetahui atribut yang paling dominan untuk diperbaiki adalah metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Penggunaan metode IPA serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Diwanggoro (2016), Nugraha (2014), Valentina (2011). Metode yang digunakan untuk mengetahui penyebab dan usulan perbaikan yang harus dilakukan adalah menggunakan metode TRIZ serupa dengan penelitian pada pengukuran pelayanan yang dilakukan oleh Nudin (2018) dan Suhartini dkk (2015).

2.2 Landasan Teori

Pada penelitian ini digunakan beberapa teori yang berkaitan dengan kualitas layanan, yang akan dijelaskan pada sub bab ini.

2.2.1 Kualitas Pelayanan

Ivancevich dkk. (1997) mengungkapkan bahwa pelayanan merupakan produk yang tidak kasat mata atau tidak dapat diraba dimana melibatkan usaha manusia dan menggunakan peralatan. Sedangkan Gronroos (1990). yang mengungkapkan bahwa pelayanan adalah aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata atau tidak dapat diraba yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen. Dari dua definisi tersebut dapat diketahui bahwa ciri pelayanan adalah tidak kasat mata atau tidak dapat diraba dan juga melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan. Untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka pelayanan yang diberikan harus diperhatikan oleh pihak perusahaan. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner, kualitas pelayanan atau *service quality* menjadi suatu hal yang penting. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

2.2.2 Konsep Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, dan merupakan faktor yang esensial bagi kegiatan bisnis. Dalam buku teks standar *Marketing Management* yang ditulis Kotler (2003) banyak dijadikan acuan, menegaskan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat

perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Selain itu juga definisinya berdasar *disconfirmation paradigm* Oliver (1997). bahwa kepuasan konsumen dirumuskan sebagai evaluasi pascabeli. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak bias memenuhi harapan, maka akan terjadi ketidakpuasan. Sementara itu menurut Craig-Less (1998, dalam Tjiptono, 2005), pemahaman mengenai perilaku konsumen dalam konteks ketidakpuasan jauh lebih dalam daripada dalam konteks kepuasan konsumen. Pemahaman ini berasal dari dua bidang penelitian utama, yaitu riset disonansi dan perilaku komplain. Menurut Tjiptono (2005). disonansi purna beli berbeda dengan ketidakpuasan. Dalam situasi ini, konsumen bimbang apakah ia telah memilih produk yang tepat atau tidak. Selain itu faktor kecemasan atau gelisah juga menjadi pencetus terjadinya disonansi. Sebaliknya, situasi ketidakpuasan terjadi setelah adanya penggunaan produk atau mengalami jasa yang dibeli dan merasakan bahwa kinerja produk ternyata tidak memenuhi harapan.

2.2.3 Dimensi Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan konsumen merupakan hal penting dalam menyediakan pelayanan yang baik, efisien dan efektif. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen. Apabila konsumen tidak puas terhadap suatu pelayanan, maka pelayanan tersebut dipastikan tidak efisien dan efektif. Meskipun belum ada cara mengenai mengukur kepuasan konsumen akan tetapi sejumlah studi menunjukkan bahwa ada tiga aspek penting yang dalam rangka pengukuran kepuasan konsumen (Tjiptono, 2011: 453 - 454) terdapat 6 indikator pengukuran kepuasan konsumen: 1) Konfirmasi harapan, kepuasan konsumen diukur langsung, namun disimpulkan kesesuaian atau ketidakpuasan antara harapan dari konsumen dengan kinerja secara aktual pada sejumlah dimensi penting.; 2) Kepuasan konsumen secara keseluruhan (*Overaal Customer Satisfaction*); 3) Dimensi kepuasan konsumen, mengidentifikasi mengenai dimensi kunci kepuasan konsumen dan meminta konsumen menilai jasa berdasarkan spesifikasi, seperti kualitas terhadap layanan; 4) Ketersediaan untuk merekomendasi mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain; 5) Minat membeli ulang; 6).Ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan konsumen seperti melakukan *complain*;

2.2.4 Metode Servqual

Dimensi kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi konsumen, serta *gap* antara keduanya dalam dimensi-dimensi kualitas jasa. Pada awalnya Parasuraman et al (1985) mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok dengan 22 variabel yang berkaitan dengan pelayanan. Dapat dikemukakan beberapa kriteria yang digunakan dalam menilai mutu pelayanan. Kriteria tersebut meliputi 10 dimensi potensial yang saling melengkapi yaitu *credibility, tangibles, competence, reliability, responsiveness, communication, security, courtesy, understanding* dan *access*. Kemudian pada penelitian selanjutnya Parasuraman et al di tahun 1988 menyempurnakan dimensi tersebut kemudian diolah lagi sehingga akhirnya disederhanakan menjadi 5 dimensi berikut:

- 1) Keandalan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
- 2) Bukti langsung (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
- 3) Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan
- 4) Daya tanggap (*responsiveness*); yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- 5) Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan seorang konsumen setelah menerima hasil kinerja yang ia pikirkan terhadap kinerja yang diharapkan dari hasil perbandingan. Konsumen yang loyal dapat didorong dengan penerimaan layanan dari sikap karyawan yang positif. Berikut merupakan konsep servqual yang dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Konsep Servqual

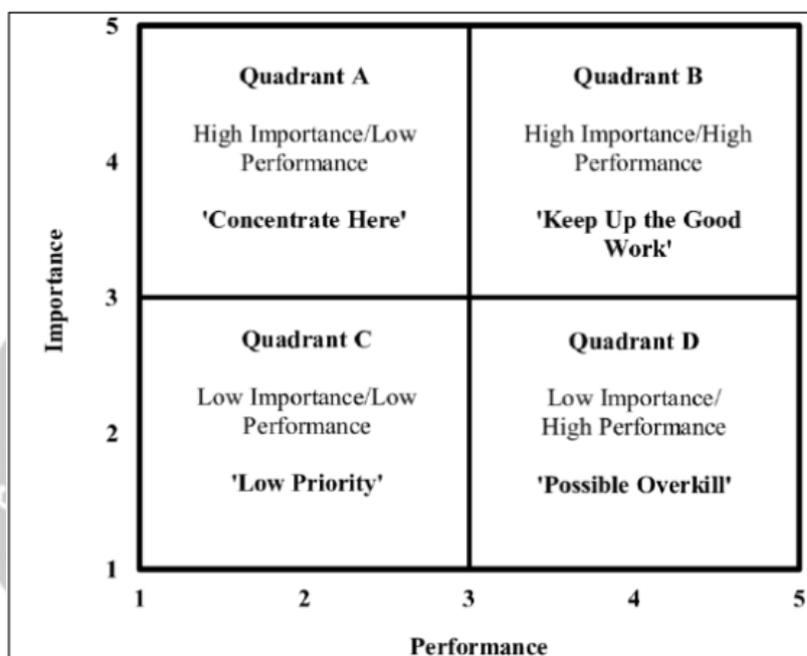
2.2.5. Konsep Skala *Likert*

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang mengenai sebuah peristiwa berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam penggunaan skala *likert* terdapat dua bentuk pertanyaan, yaitu bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala positif dan bentuk pertanyaan positif untuk mengukur skala negatif. Pertanyaan positif diberi skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Sedangkan bentuk pertanyaan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, dan 5 atau -2, -1, 0, 1, 2. Bentuk jawaban skala *likert* antara lain: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Selain itu, jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* bisa juga mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain: Sangat Penting (SP), Penting (P), Ragu-ragu (R), Tidak Penting (TP), Sangat Tidak Penting (STP).

2.2.6. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu mode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1997) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan. *Gap* (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh *gap* (-) negatif.

Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti *gap* semakin besar. Apabila total *gap* positif maka konsumen dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila *gap* adalah negatif maka konsumen kurang/ tidak puas dengan pelayanan, semakin kecil *gap*nya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik akan mempunyai *gap* yang semakin kecil (Irawan, 2002)



Gambar 2.2. Diagram Importance Performance Analysis (IPA)

Sumber: Martilla & James (1977)

Diagram ini terdiri atas empat kuadran menurut Martilla (1977) yaitu:

- a. Kuadran A *Concentrate Here* (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut/ pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen. Tingkat kinerja dari atribut tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan konsumen terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan konsumen.

- b. Kuadran B *Keep Up the Good Work* (Mempertahankan Prestasi)

Atribut ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang cukup tinggi. Hal ini dapat ditunjukkan bahwa atribut tersebut penting dan memiliki kinerja yang

tinggi dan wajib dipertahankan untuk selanjutnya karena dianggap penting dan hasilnya memuaskan.

c. Kuadran C *Low Priority* (Prioritas Rendah)

Atribut- atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen dan pada kinerjanya tidak terlalu istimewa. Dalam arti lain atribut yang terdapat dalam kuadran yang memiliki tingkat kepentingan yang cukup rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh konsumen. Perbaikan terhadap atribut yang masuk dalam kuadran ini dipertimbangkan dengan melihat atribut yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen itu besar atau kecil dan untuk mencegah atribut tersebut bergeser ke kuadran pertama.

d. Kuadran D *Possible Overkill* (Berlebihan)

Kuadran ini atributnya memiliki tingkat harapan yang cukup rendah menurut konsumen akan tetapi memiliki kinerja yang sehingga dianggap berlebihan oleh konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaan, hal ini dikarenakan konsumen akan menganggap tidak terlalu penting diharapkan terhadap atribut tersebut, tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik sekali.

2.2.7. Metode *Theory of Inventive Problem Solving* (TRIZ)

Konsep ini diperkenalkan oleh Genrich Saulovich Altshuller pada tahun 1946. Triz adalah salah satu metode pemecahan masalah berdasarkan logika dan data, yang mempercepat kemampuan tim dalam memecahkan masalah secara kreatif. Konsep dasarnya terdiri dari kontradiksi, idealistis, dan level of invention. Kontradiksi berarti pertentangan, hal ini biasanya muncul ketika kita melakukan peningkatan pada salah satu parameter, namun menyebabkan parameter yang lain menjadi turun. Kontradiksi terdiri menjadi 2, yaitu kontradiksi teknis dan kontradiksi fisik. Kontradiksi teknis adalah yang membahas mengenai proses dari suatu sistem. Kontradiksi fisik adalah kontradiksi yang membahas mengenai bentuk suatu elemen dari sistem. Idealistis berarti, hasil akhir ideal tercapai setelah kontradiksi terselesaikan.

Ada 5 *level of invention*, yaitu level 5 mengenai penemuan fenomena baru. Level 4 adalah penemuan di luar paradigma rancangan yang memerlukan

teknologi baru dari bidang pengetahuan yang berbeda. Level 3 adalah penemuan di dalam paradigma rancangan yang memerlukan penyelesaian kontradiksi fisik. Level 2 adalah perbaikan dengan penemuan yang memerlukan penyelesaian kontradiksi teknis. Level 1 adalah solusi yang nyata dihasilkan dari perbaikan yang sederhana.

Pada pemecahan masalah menggunakan metode TRIZ, semua faktor yang mempengaruhi sistem disebut parameter. TRIZ memiliki 39 parameter teknik yang menjadi acuan dalam menemukan faktor permasalahan yang dapat menimbulkan kontradiksi pada sebuah sistem. Kemudian pada modifikasi sistem untuk meningkatkan idealitas digunakan matriks kontradiksi 39x39 parameter teknik. Berikut menunjukkan ke-39 parameter teknik dalam metode TRIZ menurut Rantanen (2002).

Tabel 2.1. Parameter metode TRIZ

No	Parameter	No	Parameter
1	<i>(Weight moving object)</i> Berat objek bergerak	20	<i>(Use energy by stationary object)</i> Penggunaan energi oleh objek tidak bergerak
2	<i>(Weight stationary object)</i> Berat objek tidak bergerak	21	<i>(Power)</i> Daya
3	<i>(Length moving object)</i> Panjang objek bergerak	22	<i>(Loss energy)</i> Kehilangan energi
4	<i>(Length stationary object)</i> Panjang objek tidak bergerak	23	<i>(Loss of substance)</i> Kehilangan unsur, material, inti, atau zat
5	<i>(Area moving object)</i> Luas objek bergerak	24	<i>(Loss information)</i> Kehilangan informasi
6	<i>(Area stationary object)</i> Luas objek tidak bergerak	25	<i>(Loss time)</i> Kehilangan waktu
7	<i>(Volume moving object)</i> Volume objek bergerak	26	<i>(Amount substance)</i> Kuantitas unsur atau material yang dikeluarkan
8	<i>(Volume of stationary object)</i> Volume objek tidak bergerak	27	<i>(Reliability)</i> Keandalan
9	<i>(Speed)</i> Kecepatan	28	<i>(Measurement accuracy)</i> Akurasi pengukuran
10	<i>(Force)</i> Gaya atau daya angkut	29	<i>(Accuracy of manufacturing)</i> Kepresisian manufaktur

Tabel 2.1. Lanjutan

11	(<i>Stress or pressure</i>) Stress atau tekanan	30	(<i>External harm affects the object</i>) Bahaya eksternal
12	(<i>Shape</i>) Bentuk	31	(<i>Object generated harmful factors</i>) Bahaya internal
13	(<i>Stability object's composition</i>) Stabilitas komposisi objek terhadap sistem	32	(<i>Ease of manufacture</i>) Kemudahan pembuatan
14	(<i>Strength</i>) Kekuatan	33	(<i>Ease of operation</i>) Kemudahan pengoperasian
15	(<i>Duration action by a moving object</i>) Durasi tindakan oleh objek bergerak	34	(<i>Ease repair</i>) Kemudahan perbaikan
16	(<i>Duration action by stationary object</i>) Durasi tindakan oleh objek tidak bergerak	35	(<i>Adaptability of versatility</i>) Fleksibilitas dalam beradaptasi
17	(<i>Temperature</i>) Suhu	36	(<i>Device complexcity</i>) Kompleksitas perangkat
18	(<i>Illumination intensity</i>) Intensitas pencahayaan	37	(<i>Difficulty of detecting and measuring</i>) Kesulitan mendeteksi dan mengukur
19	(<i>Use energy by moving object</i>) Penggunaan energi pada objek bergerak	38	(<i>Action of automation</i>) Tingkat otomasi
		39	(<i>Productivity</i>) Produktivitas

Dalam metode TRIZ, Genrich mengklasifikasikan setiap masalah inovasi ke dalam matriks 39x39. TRIZ digunakan untuk memecahkan suatu masalah tanpa menghasilkan masalah yang baru. Permasalahan yang diselesaikan dengan metode TRIZ mengacu dua hal yaitu tujuan yang ingin ditiadakan (*worsening feature*) dan tujuan yang ingin ditingkatkan (*improving feature*). Selanjutnya untuk menentukan solusi untuk mengatasi kontradiksi dilakukan penerapan *Inventive Principle* berdasarkan prinsip “40 *Inventive Principle*”. Berikut ini adalah 40 *Inventive Principle* yang diterjemahkan kedalam bahasa jasa menurut Rantanen (2002):

1) *Segmentation*

Pemisahan atau pembagian yang lebih kecil namun fungsi tetap sama. Pada prinsip ini membagi suatu objek atau sistem menjadi beberapa bagian tersendiri.

Contoh dari prinsip ini adalah membagi aktivitas dan mengelompokkan aktivitas-aktivitas berdasarkan fungsi tertentu.

2) *Taking Out*

Memisahkan bagian yang dibutuhkan saja. Pada prinsip ini memisahkan bagian yang mengganggu dari suatu objek atau sistem dan memisahkan objek tidak penting dari yang penting.

3) *Local Quality*

Mendayagunakan bagian kecil untuk menaikkan kualitas. Pada prinsip ini mengubah sekumpulan objek kedalam masing-masing objek dengan karakteristik tertentu dan membuat fungsi objek tersebut menjadi lebih tepat.

4) *Asymetry*

Mengubah objek agar menghasilkan sesuatu baru yang diinginkan. Pada prinsip ini melakukan perubahan pada objek atau sistem dari simetris menjadi asimetris. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah merancang sebuah layanan untuk masing-masing konsumen dan memberi *budget* untuk masing-masing departement.

5) *Merging*

Penggabungan beberapa objek untuk kinerja yang lebih baik. Pada prinsip ini menggabungkan objek yang identik atau sama.

6) *Universality*

Ruang lingkup yang lebih besar. Pada prinsip ini membuat sebagian objek atau sistem dengan melakukan fungsi ganda untuk meghilangkan adanya penambahan sistem.

7) *Nested Doll*

Pada prinsip ini menempatkan satu objek di dalam objek lain atau menempatkan objek yang bersifat khusus kedalam objek yang bersifat umum.

8) *Anti Weight*

Pada prinsip ini menyeimbangkan sistem atau objek. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah meningkatkan penjualan produk dengan cara bekerja sama dengan bisnis lain.

9) *Preliminary Anti Action*

Persiapan aksi reaksi agar hal yang tidak diinginkan terjadi. Pada prinsip ini memiliki suatu tindakan yang memiliki efek berbahaya sebagai uji coba untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi permasalahan yang terjadi. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah melakukan simulasi bencana alam.

10) *Preliminary Action*

Persiapan sebelum beraksi. Pada prinsip ini melakukan suatu tindakan sebagai persiapan, contohnya mempersiapkan solusi untuk suatu masalah yang mungkin saja tidak akan dikomplain oleh konsumen, namun bisa saja dapat terjadi.

11) *Beforehand Compensation*

Perlindungan sebelum terjadi darurat. Pada prinsip ini menyiapkan tindakan pengamanan dalam melakukan uji coba dari objek atau sistem. Contoh pada penerapan prinsip ini adalah mempersiapkan sarana darurat dan memberi intruksi untuk kejadian-kejadian darurat yang mungkin saja bisa terjadi.

12) *Equipotentiality*

Potensi yang mungkin terjadi diluar harapan. Pada prinsip ini merancang sistem yang memudahkan atau yang lebih familiar dengan konsumen.

13) *The Other Way Round*

Cara lain dilakukan. Pada prinsip ini membalikkan suatu tindakan atau aktivitas untuk memecahkan suatu permasalahan.

14) *Spheroidality*

Pada prinsip ini menggunakan bagian bujur sangkar untuk menggerakkan suatu objek yang sebelumnya berbentuk kubus ke bentuk yang lebih melengkung. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah memutar suatu fungsi dari sistem bisnis di tiap anggota organisasi.

15) *Dynamics*

Dinamis mengikuti perubahan lingkungan sekitar. Pada prinsip ini mendesain sifat-sifat sebuah objek untuk mencari kondisi yang optimal, membagi suatu objek menjadi bagian yang mampu melakukan kerja sama terhadap satu sama lain. Apabila suatu objek tidak fleksible maka objek tersebut dibuat untuk bergerak beradaptasi dengan lingkungan sekitar.

16) *Partial of Excessive Action*

Tindakan yang setengah atau berlebihan. Pada prinsip ini apabila nilai sempurna sulit dicapai menggunakan metode yang ada, maka tindakan yang lebih atau pengurangan untuk menjangkau nilai yang lebih. Penerapan prinsip penjangkauan dalam bisnis misalnya menjangkau lebih banyak konsumen dengan membuat iklan dan mengadakan promo.

17) *Dimensionality Changed*

Pada prinsip ini memindahkan sistem dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah menggunakan *multy-story* dalam menyusun objek atau sistem bukan menggunakan *single-story*.

18) *Mechanical Vibration*

Pada prinsip ini merancang suatu sistem untuk menggugah perasaan individu yang berinteraksi dengan sistem. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah suatu *coffeeshop* yang mengadakan diskon akhir pekan atau membuat konsumen tertarik untuk datang mengikuti promo atau diskon.

19) *Periodic Action*

Tindakan yang berulang-ulang. Pada prinsip ini membuat aktivitas yang dilakukan secara berkala.

20) *Continuity of Useful Action*

Meneruskan tindakan yang menguntungkan. Pada prinsip ini membiarkan sebuah objek bekerja terus dengan menggunakan beban penuh untuk mengetahui kelebihan dan kekurangannya. Pada prinsip ini disarankan tidak melakukan tindakan pencegahan dalam pelaksanaannya.

21) *Hurrying/ Skipping*

Pada prinsip ini melakukan aktivitas dengan cepat, melompati atau melangkahi step aktivitas yang tidak diperlukan. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah melakukan tahap-tahap tertentu dengan percepatan.

22) *Convert Harm into Benefit*

Pada prinsip ini menggunakan faktor bahaya khususnya efek bahaya terhadap lingkungan sekitar untuk mencapai efek yang positif, menghilangkan tindakan utama yang berbahaya dengan mengalihkan tindakan tersebut untuk yang

lainnya dalam memecahkan masalah, dan menghilangkan faktor bahaya sedemikian rupa sehingga tidak berbahaya lagi.

23) Feedback

Pada prinsip ini melakukan koreksi untuk perbaikan proses atau mengambil sebuah tindakan.

24) Intermediary

Pada prinsip ini menerapkan penggunaan pihak ketiga. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah menggunakan operator sebagai perantara, dan menggabungkan satu objek dengan yang lain.

25) Self Service

Pada prinsip ini menerapkan pelayanan sendiri dengan melakukan fungsi tambahan yaitu membantu suatu sistem yang sedang sibuk.

26) Copying

Pada prinsip ini menggunakan objek yang tersedia agar lebih sederhana dan murah, serta menggantikan objek dengan proses salinan optik.

27) Cheap Disposables

Pada prinsip ini menggantikan objek atau sistem dengan yang lebih murah dengan mengorbankan kualitas tertentu.

28) Mechanical Interaction Substitution

Pada prinsip ini merubah sistem yang tidak terstruktur menjadi lebih terstruktur.

29) Pneumatic and Hydraulic/ Intangibility

Pada prinsip ini merancang sistem menjadi lebih fleksibel.

30) Flexible Shells and Thin Films

Pada prinsip ini membuat batas pada satu sistem dengan sistem yang lain, misalnya membuat toilet pria dan wanita yang dipisah.

31) Porous Materials

Pada prinsip ini memudahkan konsumen untuk menemukan apa yang mereka inginkan.

32) *Optical Property Changes*

Pada prinsip ini merancang sistem dengan memperhatikan warna atau karakteristik yang sama.

33) *Homogeneity*

Pada prinsip ini menyatukan sistem dengan lingkungan sekitarnya agar dapat berinteraksi dengan menggunakan bahan yang sama.

34) *Discarding and Recovering*

Pada prinsip ini membuat atau menghilangkan bagian-bagian dari objek atau memodifikasi secara langsung selama operasi. Selain itu untuk mengembalikan bagian-bagian yang dihilangkan selama operasi berjalan.

35) *Parameter Changes*

Pada prinsip ini mengubah parameter sebuah aktivitas dan mengubah konsentrasi atau konsistensi. Contoh penerapan pada prinsip ini adalah menambahkan aturan baru dalam bekerja.

36) *Phase Transition*

Pada prinsip ini memanfaatkan fenomena proses penyesuaian sistem yang telah diubah menjadi suatu sistem yang terbaru.

37) *Thermal Expansion/ Strategic Expansion*

Pada prinsip ini melakukan perluasan terhadap sistem atau strategi misalnya melakukan perluasan terhadap pemasaran.

38) *Strong Oxidant/ Boosted Interaction*

Tujuan pada prinsip ini adalah mengganti keadaan yang biasa dengan keadaan yang lebih bermasyarakat, meningkatkan partisipasi konsumen dalam pelayanan, membuat keadaan sekitar yang bertahan dari ancaman lingkungan lain dan menggunakan keadaan yang lebih baik.

39) *Inert Atmosphere*

Pada prinsip ini mengubah suasana yang tegang menjadi netral.

40) *Composite Material*

Pada prinsip ini menggabungkan beberapa sistem menjadi satu kesatuan.

Berikut ini adalah langkah-langkah penerapan metode TRIZ dalam penyelesaian perbaikan kualitas layanan jasa :

a. Analisis Masalah Solusi Awal

Tahap awal yaitu menganalisis masalah untuk mengidentifikasi masalah yang terdapat pada sistem dengan menganalisis masalah yang terjadi dan membuat solusi awal untuk mengatasi masalah.

b. Pemodelan Masalah

Pemodelan masalah yang dilakukan menggunakan suatu diagram fungsi, yang bertujuan untuk menganalisis sebab akibat yang muncul dari solusi awal yang telah disusun sebelumnya. Fungsi sistem tersebut diterjemahkan melalui 39 parameter dan dibagi menjadi dua yaitu *worsing feature* dan *improving feature*.

c. Analisis Kotradiksi

Tujuan dari analisis kotradiksi ini adalah untuk mengidentifikasi kedua komponein yang bertentangan pada sistem, ataupun dua persyaratan yang berlawanan pada elemen atau kondisi yang sama. Hal yang dilakukan adalah mencari hasil dari perpotongan *worsing feature* dan *improving feature* yang terdapat pada matriks kontradiksi. Kemudian perpotongan tersebut diisi angka *inventive principle* yang digunakan untuk mencari dasar usulan perbaikan sebagai solusi untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan.

d. Eliminasi Kotradiksi berdasarkan *Triz Inventive Principle*

Pada tahap ini dilakukan eliminasi terhadap angka-angka *inventive principle* yang sama.

e. Penerapan *Inventive Principle*

Analisis pada *inventive principle* selanjutnya akan disesuaikan dengan kondisi nyata yang terjadi.

2.2.8. Uji Kelayakan Kuesioner

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan sebagai penunjuk sejauh mana suatu alat pengukur mengukur apa yang ingin diukur. Setelah semua nilai korelasi untuk setiap pertanyaan yang diperoleh, kemudian nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel kritis, jika nilai korelasi dari setiap pertanyaan lebih besar dari

nilai tabel kritis, maka pertanyaan tersebut valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Pearson Product Moment* dibandingkan dengan r tabel. Bila r hitung dari rumus di atas lebih besar dari r tabel maka butir tersebut valid. Uji validitas digunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)/n}{\sqrt{(\sum X^2 - (\sum X^2/n))(\sum Y^2 - (\sum Y^2/n))}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *Product Moment*

n = Jumlah Responden

X = Skor Variabel

Y = Skor Total Variabel

XY = Skor Variabel dikalikan Skor Total Variabel

Jika dalam perhitungan ditemukan pertanyaan yang tidak valid, kemungkinan pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner menimbulkan arti ganda sehingga menimbulkan penafsiran yang berbeda oleh responden.

b. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas ini untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tersebut dapat dipercaya sebagai pengumpulan data atau tidak. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70. Berikut merupakan rumus uji reliabilitas.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s^2_j}{s^2_x} \right\}$$

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas

k = Banyak Butir Pertanyaan

S_j = Varian Responden untuk Item I

S_x = Jumlah Varian Skor Total

Kemudian apabila kuesioner yang telah dibuat sudah valid dan reliabilitas, maka dilanjutkan dengan melakukan penyebaran dan pengumpulan kuesioner lanjutan.

BAB 6

IMPLEMENTASI PERBAIKAN LAYANAN

Pada bab ini berisi mengenai hasil implementasi perbaikan yang dilakukan pada tanggal 1 Juli 2020 hingga 20 Juli 2020.

6.1. Implementasi

Berdasarkan diskusi bersama manager Enak'e Moro didapatkan rencana perbaikan yang akan diimplementasikan, yaitu:

- a. Memberikan *Training* kepada Karyawan dalam Membuat dan Menyajikan Pesanan dengan Cepat.

Training dilakukan pada tanggal 1 Juli 2020 dimana saat itu Enak'e Moro sedang tutup karena pada tanggal 1 di setiap bulan diadakan *general cleaning*, hari diadakannya *training* ditentukan berdasarkan diskusi bersama manager. Pada bagian *kitchen* diadakan pada pukul 10.00- 15.00. *Training* dipimpin oleh salah satu *owner* Enak'e Moro *Resto & Coffee* dengan bahan dan alat yang sudah tersedia di dapur. Sedangkan *training* pada bagian *barista* tidak dilaksanakan pada Enak'e Moro *Coffee*, *barista* diikutkan untuk mengikuti *barista class* pada salah satu *coffeeshop* di Yogyakarta. Kelas *barista* diberikan kepada karyawan bertujuan agar *barista* memahami lebih dalam mengenai kopi sehingga dalam membuat pesanan untuk konsumen karyawan lebih efektif dan efisien. Kelas *barista* diadakan pada tanggal 10 Juli 2020 pada pukul 10.00 diikuti oleh dua karyawan *barista* Enak'e Moro *Coffee*, sehingga untuk mengisi kekosongan pada shift kerja satu diisi sementara oleh *owner* Enak'e Moro. Berikut merupakan Gambar 6.1. yang menunjukkan *training* pada bagian *kitchen* dan Gambar 6.2. yang menunjukkan *training* pada bagian *barista* atau kelas *barista*.



Gambar 6.1. Training Kitchen



Gambar 6.1. Lanjutan



Gambar 6.1. Lanjutan



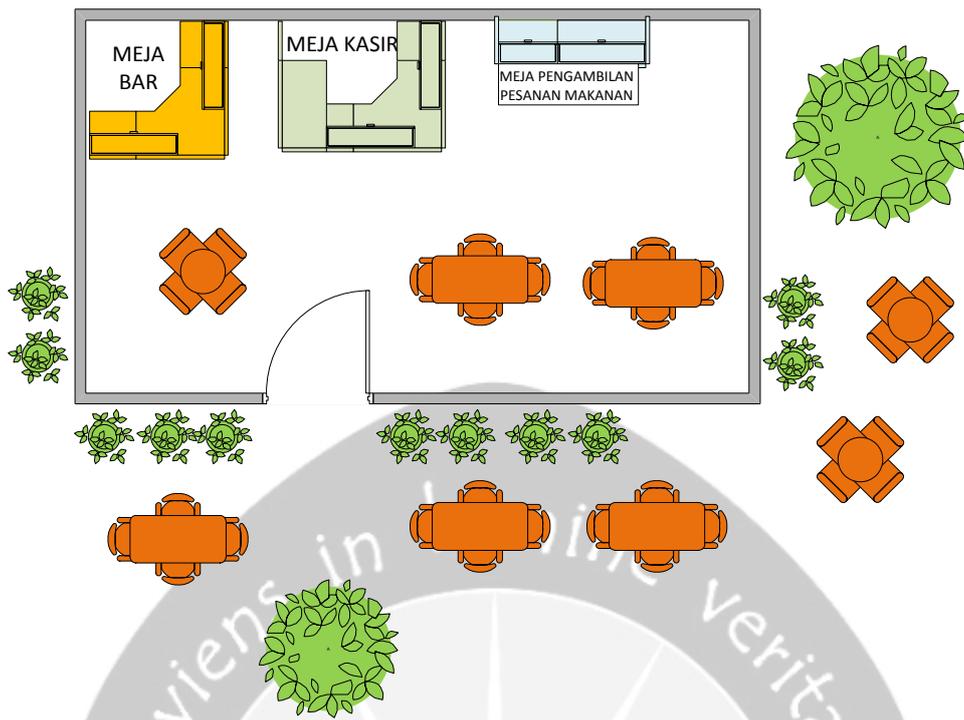
Gambar 6.2. Kelas *Barista*



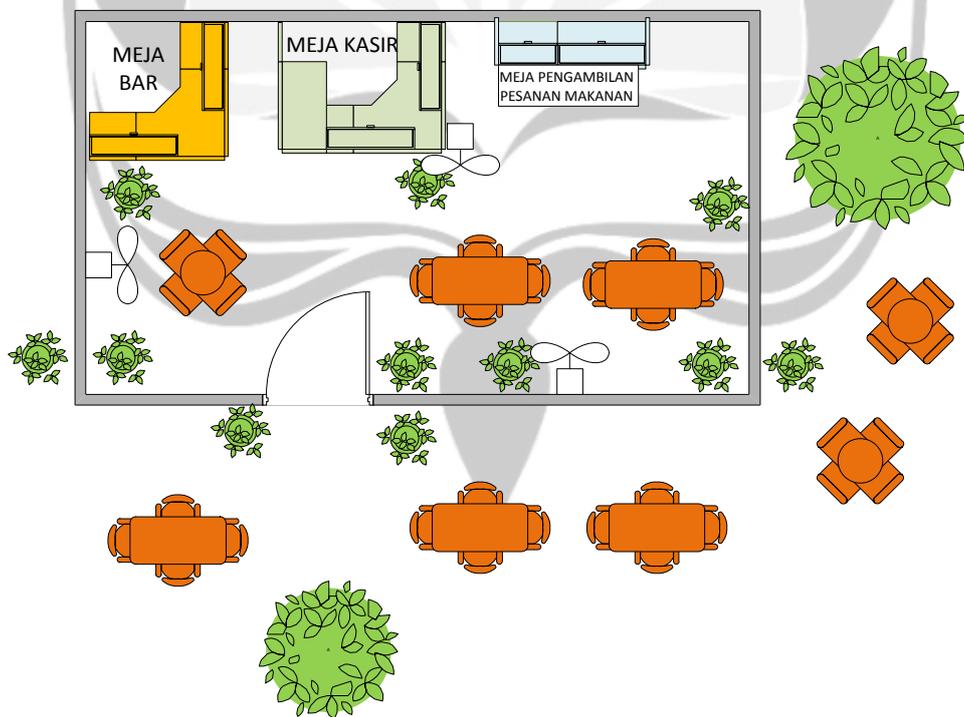
Gambar 6.2. Lanjutan

b. Penambahan Area Hijau dan Kipas pada Area Dalam

Pada kondisi faktual, area hijau hanya terdapat pada bagian luar area Enak'e Moro, sehingga pada bagian dalam tidak terdapat tanaman yang dapat memberi kesan sejuk dan adanya keluhan konsumen mengenai suhu panas yang terdapat pada bagian dalam terutama di siang hari. Untuk mengatasi hal tersebut, dilakukan perbaikan dengan memindahkan beberapa tanaman yang terdapat pada bagian luar untuk dibagi ke bagian dalam dan menambahkan 3 kipas pada bagian dalam. Usulan perbaikan peletakkan tanaman dapat dilihat pada Gambar 6.3. dan Gambar 6.4



Gambar 6.3. Penempatan Tanaman (Faktual)



Gambar 6.4. Penempatan Tanaman (Implementasi Perbaikan)

6.2. Hasil Implementasi

Untuk mengetahui hasil implementasi maka dilakukan penyebaran kuesioner dengan 2 kondisi, yaitu kondisi faktual dan kondisi implementasi perbaikan. Kondisi faktual adalah kondisi yang sebenarnya terjadi dan kondisi implementasi perbaikan merupakan kondisi yang sedang diterapkan sekarang. Penyebaran kuesioner dilakukan selama 5 hari selama 3 jam per hari yaitu pukul 13.00- 16.00 dan pada pukul 19.00-22.00. data yang berhasil dikumpulkan yaitu sebanyak 90 kuesioner, 45 kuesioner untuk kondisi faktual dan 45 kuesioner untuk kondisi implementasi perbaikan. Data diolah dengan menggunakan Ms. Excel, terdapat dua data dari penyebaran kuesioner yaitu data diri responden dan data jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 6.1 dan Tabel 6.2.

Tabel 6.1. Data Responden Implementasi

Data Responden		
Keterangan	Jumlah	
Jenis Kelamin	Faktual	Implementasi
Laki-Laki	24	27
Perempuan	21	18
Intensitas Berkunjung dalam 1 bulan		
1 Kali	32	23
2-5 kali	13	18
6-10 kali	0	4
> 10 kali	0	0

Tabel 6.2. Ringkasan Hasil Kuesioner Implementasi

No	Pertanyaan	Sebelum		Sesudah		Keterangan
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	
1	Pelanggan mendapat pesanan makanan dengan cepat	10	35	40	5	Meningkat
2	Makanan yang disajikan sesuai dengan yang dipesan	34	11	38	7	Meningkat
3	Pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik oleh karyawan	20	25	26	19	Meningkat
4	Suhu yang ada pada area dalam di Enak'e Moro panas	30	15	22	23	Menurun
5	Pelanggan merasa nyaman berada pada area dalam Enak'e Moro	25	20	37	8	Meningkat

i. Memberikan *Training* Karyawan

Memberi *training* pada karyawan dilakukan agar karyawan dapat dengan cepat dan tepat dalam menyajikan pesanan. Dari data yang didapatkan diketahui bahwa *training* karyawan berdampak pada cepatnya karyawan membuat pesanan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah konsumen mendapatkan pesanan dengan cepat dari 10 menjadi 40. Jika dilihat dari selisih yang cukup banyak maka dapat diartikan bahwa rancangan perbaikan memberi *training* karyawan efektif. Selain itu, hasil dari pertanyaan lain menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan sudah cukup baik. Jumlah pelanggan yang menilai pelayanan yang baik meningkat, dari 20 orang menjadi 26 orang. Jika dilihat secara keseluruhan hasil dari implementasi yang dilakukan cukup memberikan perubahan dalam hal pelayanan.

ii. Penambahan Area Hijau dan Kipas pada Area Dalam

Selain memberikan *training* pada karyawan, implementasi juga dilakukan pada penambahan area hijau dan kipas di area dalam. Berdasarkan hasil yang diperoleh penambahan area hijau dan kipas di area dalam membuat pelanggan merasa nyaman saat berada pada area dalam hal ini ditunjukkan oleh perubahan jumlah pelanggan dari 25 orang menjadi 37 orang. Selain itu penilaian suhu yang ada di Enak'e Moro pada area dalam panas mengalami perubahan yang tidak banyak sebelum diadakan implementasi data pelanggan berjumlah 30 untuk menilai "Ya" dan setelah diadakan implementasi data pelanggan berjumlah 22 untuk menilai "Ya". Jika dilihat secara keseluruhan, kegiatan implementasi yang dilakukan tidak memberikan perubahan yang terlalu besar. Salah satu penyebab yang mungkin terjadi adalah pelaksanaan implementasi yang kurang intensif dan responden yang menjawab kuesioner data faktual dan implementasi perbaikan berbeda. Meski begitu, perbaikan tetap diperlukan sehingga kepuasan pelanggan dapat terus ditingkatkan

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan yang diambil, yaitu:

- a. Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan dengan metode *Servqual*, didapatkan pelayanan yang paling tidak memuaskan menurut responden adalah atribut R1 yaitu karyawan dapat memenuhi pesanan dengan cepat yang menunjukkan bahwa atribut R1 memiliki nilai gaps *servqual* paling negatif yaitu -1,16296 dan atribut layanan yang paling memuaskan adalah E2 yaitu Enak'e Moro *Resto and Coffee* menyediakan layanan reservasi tempat untuk konsumen dengan nilai gap *servqual* -0,00741.
- b. Hasil dari analisis IPA didapatkan 5 atribut layanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan, yaitu karyawan dapat memenuhi setiap pesanan dengan cepat (R1), karyawan dapat dengan cepat memberi saran ke konsumen untuk menentukan pesanan (Res1), karyawan mampu menawarkan dan mendeskripsikan produk dengan baik (R4), suhu yang ada di Enak'e Moro *Resto & Coffee* nyaman (T2), area makan pada Enak'e Moro *Resto & Coffee* bersih dan rapi (T1).
- c. Berdasarkan analisis TRIZ didapatkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki dan menjadi usulan perbaikan, diantaranya yaitu Memberikan training karyawan di bagian kitchen dan barista dalam membuat dan menyajikan pesanan dengan cepat; Penambahan karyawan pada bagian kitchen dan barista, Menambah karyawan pada bagian kitchen dan barista, Membuat intruksi kerja dalam menghadapi keluhan konsumen, Melakukan training karyawan pada bagian kasir dan waitress tentang pemahaman mengenai bahan yang digunakan pada produk yang ditawarkan, dan penambahan area hijau dan penambahan kipas pada area terbuka, Membuat intruksi kerja pembersihan dan penataan area Enak'e Moro dan mensosialisasikan sebelum dan setelah coffeeshop buka.
- d. Berdasarkan evaluasi implementasi melalui penyebaran 45 kuesioner pada masing-masing kondisi faktual dan kondisi perbaikan. Diketahui bahwa memberi training karyawan dan menambah area hijau dan kipas pada

bagian dalam menjadi lebih baik dengan adanya peningkatan penilaian responden.

7.2 Saran

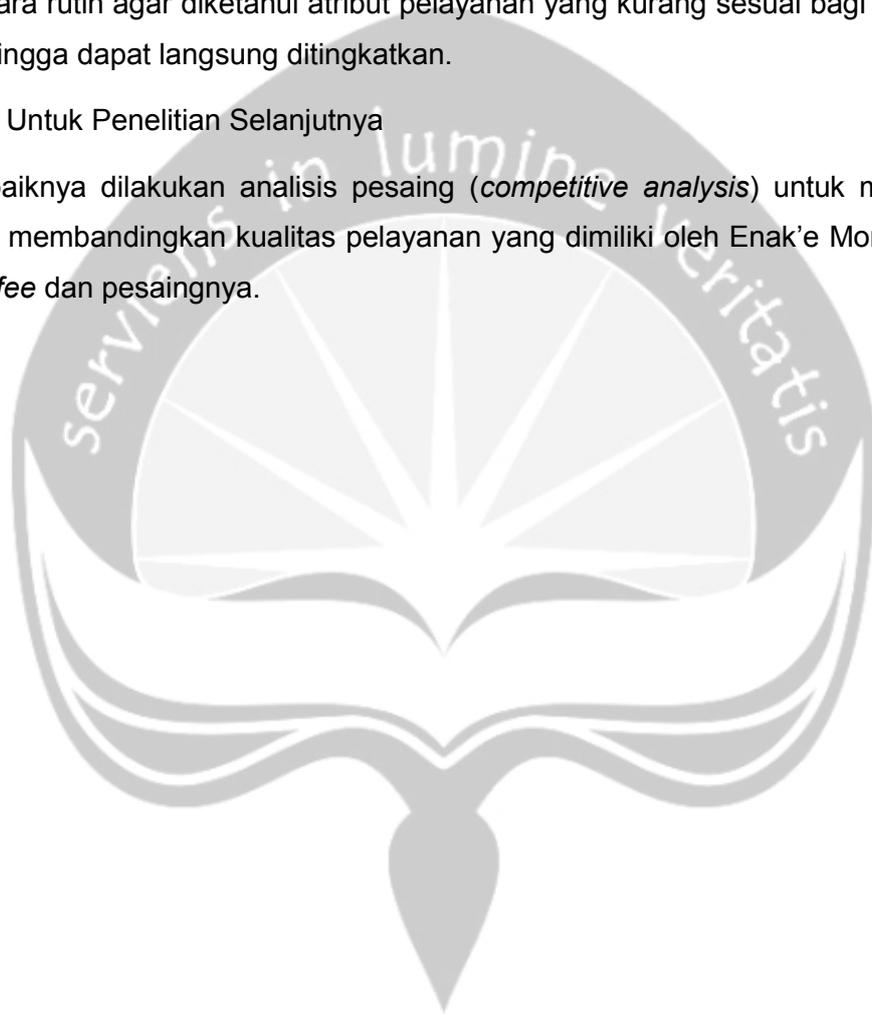
Dari penelitian yang dilakukan adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

a. Untuk perusahaan

Pihak Enak'e Moro *Resto & Coffee* sebaiknya melakukan pengukuran kepuasan secara rutin agar diketahui atribut pelayanan yang kurang sesuai bagi pelanggan sehingga dapat langsung ditingkatkan.

b. Untuk Penelitian Selanjutnya

Sebaiknya dilakukan analisis pesaing (*competitive analysis*) untuk mengetahui dan membandingkan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Enak'e Moro *Resto & Coffee* dan pesaingnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Bayu. 2017, Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode Fuzzy-Servqual dan Quality Function Deployment, Jurnal Teknologi Insudtri Pertanian Universitas Brawijaya.
- Diwangkoro. 2016, Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kafe Kopi Garasi. Skripsi Teknik Boga Universitas, Negeri Yogyakarta.
- Ekaputri. 2013, Perbaikan Kualitas Layanan Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dengan Metode Servqual dan Structural Equation Modeling (SEM) di Mirota Surabaya, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Teknik Industri Universitas Surabaya.
- Fuji. 2016, Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan GOJEK di Wilayah Kota Bandung, Skripsi Politeknik Negeri Bandung.
- Gagah. 2017, Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran.
- Kamelia. 2016, Analisis Kepuasan Konsumen menggunakan Metode Servqual dan Fuzzy di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Yogyakarta, Skripsi Mahasiswa Teknik Industri Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Malhotra, N.K., 2010, Marketing Research: An Applied Orientation, ed. 6, pp. 607, Prentice Hall, New Jersey.
- Malhotra, N.K., dan Birks, D.F, 2007, Marketing Research: An Applied Orientation, ed. 3, pp. 271-272, 347-349, 405, 609-610, Prentice Hall, England.
- Niken. 2016, Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung, Jurnal Mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.
- Novirasari. 2014, Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Metode Service Quality di Baray Travel Bandung, Jurnal Teknik Industri Itenas Bandung.

- Nudin, C.I, 2018, Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan pada Hypermart Assalam dengan Metode *Fuzzy Service Quality*, Skripsi pada Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugraha. 2013, Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matriks Importance-Performance Analysis, Jurnal Teknik Industri Itenas Bandung.
- Parasuraman, A., Zeithami, V.A., dan Berry, L.L. 1985, A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, American Marketing Association, 49, pp. 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithami, V.A., dan Berry, L.L. 1988, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, 64(1), pp. 12-40.
- Rahma. 2014, Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Metode Servqual, Jurnal Alumni Teknologi Industri Pertanian Universitas Brawijaya.
- Rantanen, K., Domb, E., 2002. Simplified TRIZ New Problem-Solving Applications for Engineers and Manufacturing Professionals, Penerbit CRC Press LLC, Florida.
- Suhartini, Bachtyar, B., 2015, Peningkatan Kualitas Layanan Jasa Service Melalui Metode Servqual, AHP, dan TRIZ (Studi Kasus di PT. Auto 2000), Jurnal Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2005, Service Quality and Satisfaction, ed. 1, pp 210-214, Andi, Yogyakarta.
- Valentina. 2011, Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express di PT.POS Indonesia Cabang Surakarta, Skripsi Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Widi. 2016, Analisis Kepuasan Konsumen di PT. X dengan Metode Service Quality, Jurnal Mahasiswa Teknik Industri Universitas Mercubuana Jakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Keluhan Pelanggan pada Google Review

Enak'e Moro Resto and Coffee

Jl. Sidomulyo, Manukan, Condongcatur, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Tulis ulasan

4,5 ★★★★★ 108 ulasan

Urutkan menurut: Rating terendah



Rachma Gv

1 ulasan

★★★★★ 2 bulan lalu

Oke pertama kali saya kesini udh ngerasa kaya ko gaada pelayan yang nyamperin pada cuek gitu . Trs okelah datang ke kasir dikasih menu dan disuruh duduk terus pesan dikasir. Setelah sekitar 15menit saya pilih menu trs mau ke kasir eh mas nya bilang kalo restonya udh gabisa nerima orderan makanan dengan alasan karena sorenya abis ada reservasi tp kalo pesan snack masih bisa. Pertanyaan saya kenapa ga ngomong dr awal kita datang kalo emg gabisa pesen makanan? . Itu masih sekitar jam 10an

👍 2



Rulio Immanuel

7 ulasan · 3 foto

★★★★★ 3 bulan lalu

The worst restaurant i ever visited in Jogja.. okay taste but extremely disappointing food.. food served with very less meat or even vegetables.. lots of insects ruin our comfort..

Truly the worst experience i ever had in a restaurant

(Diterjemahkan oleh Google)

Restoran terburuk yang pernah saya kunjungi di Jogja .. rasa enak tapi makanan yang sangat mengecewakan .. makanan disajikan dengan sangat sedikit daging atau bahkan sayuran .. banyak serangga merusak kenyamanan kita ..

Benar-benar pengalaman terburuk yang pernah saya miliki di sebuah restoran





Sjoerd van Mil

1 ulasan

★☆☆☆☆ 3 bulan lalu

Our visit to this Resto and Coffee was very disappointing. It took a very long time till meals were served. Also not all meals for the table were served at the same time. Therefore the meal of my girlfriend was already cold while the other meals were not served yet.

In Indonesia you can get very good food at a warung for less the price in minutes time. Beter go to a warung than this place. I would not recommend this restaurant.

(Diterjemahkan oleh Google)

Kunjungan kami ke Resto dan Kopi ini sangat mengecewakan. Butuh waktu sangat lama sampai makanan disajikan. Juga tidak semua makanan untuk meja disajikan pada waktu yang bersamaan. Karena itu makanan pacar saya sudah dingin sedangkan makanan lainnya belum disajikan.

Di Indonesia Anda bisa mendapatkan makanan yang sangat baik di warung dengan harga lebih murah dalam hitungan menit. Beter pergi ke warung dari tempat ini. Saya tidak akan merekomendasikan restaurant ini.



Anita Sari

Local Guide · 211 ulasan · 790 foto

★☆☆☆☆ 2 bulan lalu

Pas kesini siang hari

Lumayan panas, mungkin karena atap dari asbes.

Mungkin klo kesini malam, teduh dan sejuk. Mungkin yaa ...

Tempat luas, parkir luas. Ada tempat gubuk2 nya. Mushola ada

Masakan khas banyuwangi. Yang saya makan rawon. Menurut lidah ku sih biasa, dan keasinan

Harga standar, terjangkau. Pisang goreng agak mahal ya seporisi isi 3 harga 14.000. Dan rasa juga tidak spesial, keras



Lampiran 2: Lembar Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENILAIAN KUALITAS PELAYANAN ENAK'E MORO RESTO AND COFFEE

Sehubungan dengan penelitian Tugas Akhir saya yang berjudul “Perbaikan Kualitas Layanan Jasa untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Enak’e Moro Resto and Coffee”, saya Dinar Ayu Larasati meminta sedikit waktu luang Anda untuk kesediaannya mengisi kuesioner penelitian saya.

Mengingat keberhasilan penelitian ini akan sangat bergantung kepada kelengkapan jawaban Anda, saya mohon kejujuran dan kesungguhan Anda dalam menjawab pertanyaan yang tertera. Jawaban atas pertanyaan Anda akan dijamin kerahasiaannya. Atas kesediaan dan kerja sama yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

A. Data Responden

Berilah tanda checklist (√) pada lingkaran kosong yang sesuai dengan data diri anda.

Nama	
Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Laki-Laki <input type="radio"/> Perempuan
Umur	<input type="radio"/> <20 tahun <input type="radio"/> 20-30 tahun
	<input type="radio"/> 31-50 tahun <input type="radio"/> >50 tahun
Pekerjaan saat ini	<input type="radio"/> Pelajar/ Mahasiswa <input type="radio"/> PNS
	<input type="radio"/> Karyawan <input type="radio"/> Lain-lain
	<input type="radio"/> Wirausaha
Pendapatan tiap bulan	<input type="radio"/> < Rp 500.000 <input type="radio"/> Rp 1.500.000- Rp 2.500.000
	<input type="radio"/> Rp 500.000- Rp 1.500.000 <input type="radio"/> > Rp 3.500.000
	<input type="radio"/> Rp 1.500.000- Rp 2.500.000
Intensitas berkunjung (dalam 1 bulan)	<input type="radio"/> 1 kali <input type="radio"/> 2 – 5 kali
	<input type="radio"/> 6 – 10 kali <input type="radio"/> > 10 kali

B. Keterangan Cara Pengisian

Semua pertanyaan akan meminta Anda untuk memeberikan tanda silang (X) pada penilaian terkait dengan **Tingkat Kepentingan** dan **Tingkat Kepuasan** dari pelayanan yang ada di Enak'e Moro *Resto and Coffee* dengan skala 1 sampai 5, dengan kriteria nilai sebagai berikut:

Tingkat Kepentingan

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Penting
- 2 : Tidak Penting
- 3 : Cukup Penting
- 4 : Penting
- 5 : Sangat Penting

Tingkat Kepuasan

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Puas
- 2 : Tidak Puas
- 3 : Cukup Puas
- 4 : Puas
- 5 : Sangat Puas

Harapan/ Ekspetasi (Tingkat Kepentingan): menunjukkan bahwa atribut yang anda pilih dibutuhkan/ diperlukan untuk pelayanan Enak'e Moro *Resto and Coffee*.

Kenyataan/ Presepsi (Tingkat Kepuasan): menunjukkan seberapa baik pelayanan yang ada di Enak'e Moro *Resto and Coffee* saat ini.

NO	Atribut Pelayanan	Tingkat Kepentingan					Tingkat Kepuasan				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1	Area makan pada Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> bersih dan rapi										
2	Suhu yang ada di Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> nyaman										

3	Penataan di tiap ruang Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> memudahkan untuk bergerak																		
4	<i>Wi-fi</i> tersedia dan dapat digunakan dengan baik																		
5	Fasilitas parkir yang memadai																		
6	Meja dan tempat duduk yang disediakan nyaman saat digunakan																		
7	Karyawan dapat memenuhi setiap pesanan dengan cepat																		
8	Karyawan memberikan estimasi waktu pesanan datang																		
9	Harga pada struk sesuai dengan harga pada buku menu																		
10	Karyawan mampu menawarkan dan mendeskripsikan produk dengan baik																		
11	Pesanan disajikan dalam kondisi bersih dan rapi																		
12	Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> menyediakan beberapa jenis pembayaran (<i>cash, debit, transfer, paypal, dll</i>)																		

13	Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> memberi ganti rugi untuk pesanan yang tidak sesuai													
14	Enak'e Moro <i>Resto and Coffee</i> menjamin keamanan dari fasilitas yang diberikan													
15	Karyawan dapat berbicara dengan sopan dan ramah dalam segala hal													
16	Karyawan memperhatikan keamanan kepada tiap konsumen dalam segala situasi													
17	Karyawan dapat dengan cepat memberi saran ke konsumen untuk menentukan pesanan													
18	Karyawan mampu mengatasi keluhan konsumen dengan baik dan cepat													
19	Karyawan bersedia untuk mencari dan menawarkan tempat duduk kepada setiap konsumen yang datang													
20	Karyawan bersedia untuk memberikan buku menu kepada konsumen yang baru datang													
21	Kesediaan karyawan untuk memenuhi permintaan khusus konsumen													
22	Karyawan selalu memberikan senyum, sapa,													

	dan salam kepada konsumen											
23	Enak'e Moro Resto and Coffee menyediakan layanan reservasi tempat untuk konsumen											
24	Enak'e Moro Resto and Coffee menyediakan fasilitas kritik dan saran											
25	Karyawan memberi arahan dalam memesan makanan dan minuman											
27	Jam operasional Enak'e Moro Resto and Coffee (12.00-02.00) sesuai dengan kebutuhan konsumen											



Lampiran 3: Tabulasi Data Kuesioner

Responden	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan Saat Ini	Pendapatan Tiap Bulan	Intensitas berkunjung dalam 1 bulan
1	Edo Wenno	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
2	Agnes	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
3	Renno Hadi Ananta	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
4	Elisa D Hapsari	<20 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
5	Desy Angelia Pasaribu	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali
6	Sirojul Munir	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali
7	Yo Wendy P	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
8	Feni Tania	<20 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
9	Theo	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
10	Sukma Catartika	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
11	Ary Biyanane	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
12	Romy B	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
13	Respa Tri	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
14	Johanes Adhitya	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali

15	Raden	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
16	Teddy Setiawan	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
17	Claudia Kalinin	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	>10 kali
18	Zakie	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
19	Aaron Adrian	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
20	Lydia Carolina	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
21	Citra Simamora	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
22	I Sadewo	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
23	Gung Nia	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
24	Suroto	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	>10 kali
25	Farizal Firdaus	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
26	Jody	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
27	Anuar Herman	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
28	Bagas Pat	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
29	I Putu Yoga	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
30	Valentine	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
31	Daniel Abrianto	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	>10 kali

32	Ita Arisandi	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
33	Amir Jafar	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
34	Ayu Dian	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
35	Bila Oktina	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
36	Trimasni	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
37	Gabriel S	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
38	Fransisca Romana	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
39	Jesse Mel	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
40	Shinta Asih	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
41	Rahma Indah	<20 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
42	Yoga	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
43	Gamawan Wahyu	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
44		20-30 tahun	Laki-Laki	Lain-lain	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
45	Egia Flowrenza	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
46	Adi Subekti	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
47	Bonaventura	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
48	Muamar Asad	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali

49	Fahrul Rozi	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
50	Rani K	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
51	Eon Leonardo	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
52	Braham Satya	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
53	Putri Iva	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
54	Angga Pratama	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
55	Diyah Hayu	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
56	Yasinta	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
57	Dian Ayu	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
58	Fondina Agus	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
59	Airen Angel P	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
60	Gata Bavo	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirasaha	≥ Rp 3.500.000	>10 kali
61	Yulinar Ayu	20-30 tahun	Perempuan	Wirasaha	≥ Rp 3.500.000	>10 kali
62	Pniel Kevin	20-30 tahun	Laki-Laki	Wirasaha	≥ Rp 3.500.000	>10 kali
63	Aziz Harry	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
64	Yustina Utami	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
65	Jo	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali

66	Laksmita L	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
67		31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
68	Pramu Cahyadi	31-50 tahun	Laki-Laki	Lain-lain	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
69	Monica Diana	<20 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali
70	Satya Nugraha	20-30 tahun	Laki-Laki	Lain-lain	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
71	Nadya Kamadara	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
72	Adiestya	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
73	Vano	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
74	Awint Satria	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
75	Diva Rianitha	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
76	Agung	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
77	Billy Yosua	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
78	Henrich	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
79	Yodi Purba	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
80	Komen Pardosi	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
81	Yakobus Budi	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
82	Clara	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali

83	Nathaniel	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali
84	Vivi Septha	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	1 kali
85	Satya h	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	2-5 kali
86	Marcell	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	1 kali
87	Tulus Maytals	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
88	Vitha	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
89	Wahyudi	>50 tahun	Laki-Laki	PNS	≥ Rp 3.500.000	1 kali
90	Tri Wahyuning	>50 tahun	Perempuan	Lain-lain	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali
91	Dimas Wahyu	>50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
92	Nailul Izah	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
93	Leonard	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
94	Friska B	20-30 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali
95	Judith Sarah	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
96	Timothy	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
97	Vendy	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
98	Dhimas Alba	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	1 kali
99	Pandu Wicak	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	1 kali

100	Yuliono	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
101	Alga	20-30 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	2-5 kali
102	Febriansyah Dimas	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
103	Deo Dato	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	2-5 kali
104	Sohib	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
105	Okky Pras	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	2-5 kali
106	Waskito	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
107	Fitri Andiyani	31-50 tahun	Perempuan	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	1 kali
108	Suci	20-30 tahun	Perempuan	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	2-5 kali
109	Fikriazon	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	1 kali
110	Alfin Putro	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	2-5 kali
111	Adrian Tamunu	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
112	Depri	>50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
113	Maulia Intan	>50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
114	Nui	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
115	Yudhistira	31-50 tahun	Laki-Laki	PNS	≥ Rp 3.500.000	1 kali
116	Stephanus Catur	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	1 kali

117	Suryo A	31-50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
118	Gaby Bima	20-30 tahun	Laki-Laki	Lain-lain	≥ Rp 3.500.000	1 kali
119	Sari Tungga	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
120	Kalamani Dewi	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
121	Filipus	>50 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
122	Barbara Lou	>50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 2.500.000- Rp 3.499.999	2-5 kali
123	Mutia Sari	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
124	Himawan Wahyudi	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
125	Cubleh	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali
126	Julik Adit	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
127	M Rifki A	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirausaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
128	Yosefin	20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	1 kali
129	Samuel Juniar	<20 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 500.000	2-5 kali
130	Ekananda	31-50 tahun	Perempuan	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	2-5 kali
131		20-30 tahun	Perempuan	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp 3.500.000	1 kali
132	Vicar Aji	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali
133	Dave Jason	20-30 tahun	Laki-Laki	Karyawan	Rp 1.500.000- Rp 2.499.999	6-10 kali

134	Alfann	31-50 tahun	Laki-Laki	Wirusaha	≥ Rp 3.500.000	6-10 kali
135	Made Bagus	20-30 tahun	Laki-Laki	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.000- Rp 1.499.999	2-5 kali

Lampiran 4: Tabulasi Kuesioner Tingkat kepentingan

Resp	T1	T2	T3	T4	T5	T6	R1	R2	R3	R4	R5	R6	A1	A2	A3	A4	Res1	Res2	Res3	Res4	Res5	E1	E2	E3	E4	E5
1	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4
2	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
3	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5
6	5	5	4	4	2	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5
8	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5
9	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
11	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5

12	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4		
13	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	
14	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4		
15	4	5	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	3	4	
16	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
17	4	3	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	3	
18	5	5	4	5	4	3	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	
19	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	
20	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	
21	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
22	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	5	4	
23	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	1	1	5	5	
24	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
26	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	
27	5	4	4	5	5	4	2	5	4	5	3	4	2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	
28	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	

46	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	3	5	5	
47	3	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	
48	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	
49	4	2	4	2	3	3	4	5	4	4	3	2	3	2	2	1	1	1	2	4	4	4	3	4	4	4	
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	
53	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	5	3	5	5	5	2	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	
55	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
56	4	4	5	5	5	3	3	5	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
59	3	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4
60	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
62	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5

63	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
64	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5
65	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4
66	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4	3	5
67	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
68	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5
69	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5
70	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
72	5	5	3	4	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	3	4
73	5	4	2	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	2	4	5	5	5	4	4	4	5	3
74	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
75	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	5
76	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
77	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3
78	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	3	5	5	4	5	3	5
79	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4

80	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	
81	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5
82	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
83	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	4	4	5
84	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4
85	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
87	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5
88	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4
89	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5
90	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3
91	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3
92	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
93	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4
94	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	3	5
95	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	4	3
96	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	3

97	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3
98	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
99	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	5
100	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	5	5	5	3	5	3	5	5
101	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2	5	5	5	5	5	4	5	3
102	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5
103	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
104	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	3	5	5	4	3
106	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4
107	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4
108	3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
109	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	3
110	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	2	3	5	5	5	4	5	4	4
111	3	5	4	3	5	4	5	4	5	3	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4
112	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	3
113	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4

114	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	3	5	5	4	5	4	3	4	5
115	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	3
116	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	4
117	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4
118	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	2	3	4	3	4	4	4	5	3	5	4	5
119	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5
120	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	3	3	5	4	5	3	3	5	5
121	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	3	5	5
122	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	5	3	5	3	5	4	3	4	4	5
123	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4
124	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4
125	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	3	5	4	3	4	3	4	4
126	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	2	5	3	4	4	2	5	5	4
127	5	3	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4
128	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	1	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5	5
129	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4
130	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	3	3	4	3	4	4	5	3	5	5	4	3

131	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	5	3	5	3	4	4	4	4	5	4
132	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4
133	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4
134	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5
135	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5

Lampiran 5: Tabulasi Kuesioner Tingkat Kepuasan

Resp	T1	T2	T3	T4	T5	T6	R1	R2	R3	R4	R5	R6	A1	A2	A3	A4	Res1	Res2	Res3	Res4	Res5	E1	E2	E3	E4	E5
1	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4
2	3	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	4
3	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5	2	5	3	4	4	4	4	5	5	5	3	4
4	3	3	3	5	5	5	1	4	4	5	4	5	5	5	3	4	1	3	4	5	4	4	5	5	4	4
5	3	2	5	4	4	5	2	3	5	4	2	4	3	5	4	3	2	3	3	3	3	3	5	5	2	3
6	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	2	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4
7	2	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	5	2	2	3	3	2	2	2	5	4
8	4	3	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	2	5	5	4	4	5	5	2	2	3	5	4
9	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5	5	2	5	5	5
10	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	3	4	5
11	5	4	4	4	3	3	1	4	4	3	5	3	5	3	3	4	1	5	4	4	5	5	4	2	3	2
12	3	4	5	4	3	4	3	5	5	2	5	2	3	5	2	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5
13	2	3	4	4	4	5	3	4	3	2	4	2	4	2	4	4	3	2	4	4	3	5	4	5	3	4

14	4	5	4	5	4	4	4	4	3	2	5	2	4	4	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	
15	5	4	3	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3	
16	3	5	3	5	3	5	2	4	4	5	3	5	4	4	2	4	2	3	4	5	5	2	2	5	2	4	
17	5	5	4	5	4	5	3	4	3	5	2	5	5	2	4	4	3	5	4	5	4	3	2	2	3	4	
18	4	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	2	5	3	4	2	4	5	3	5	4	3	5	
19	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	2	5	5	5	5	2	3	2	
20	4	2	4	4	4	5	4	4	5	1	4	1	4	4	3	4	4	4	3	5	2	2	5	4	4		
21	2	2	4	2	2	2	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	2	3	4	4	4	
22	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	
23	3	2	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	3	3	2	3	2	5	5	2	3	4	4	4	
24	2	4	4	1	1	1	2	1	1	4	2	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	4	4	5	5	
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	5	5	5	4		
27	4	4	5	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	3	5	5	5	
28	4	2	4	2	2	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	4	5	5
29	2	2	4	2	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
31	2	4	4	1	4	1	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
32	4	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	1	4	5	4	5	4	5	5	
33	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
34	2	4	4	1	3	1	4	4	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	5	5	4	5	5	5	
35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	
36	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	
37	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	
38	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	

39	4	2	1	2	2	1	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	2	2	3	2	2	
40	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	4	2	2	
41	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	
42	4	2	2	1	2	1	4	4	1	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	5	1	3	2	3	3	
43	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	
44	3	2	2	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
45	4	5	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	
46	3	1	2	1	1	1	3	4	3	5	3	2	3	3	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	
47	3	3	4	2	2	1	1	2	2	2	3	1	2	1	4	3	4	4	3	5	5	4	5	3	5	5	
48	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	
49	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	
50	3	2	3	2	3	3	3	2	4	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	5	4	4	3	4	4	4	
51	5	4	3	3	3	3	3	4	2	3	5	3	5	4	5	3	3	3	3	4	5	1	5	5	4	4	
52	4	3	3	2	2	2	5	3	3	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	4	3	2	5	5	4	4	
53	4	3	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	3	4	3	3	3	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	
57	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
59	4	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	5	5	2	1	3	2	2	
60	5	5	5	5	5	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	
61	3	3	5	5	5	5	2	5	5	4	2	2	4	5	5	5	2	3	5	5	2	4	5	5	3	5	
62	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	3	5	4	5
63	3	2	5	5	5	4	1	5	3	5	4	1	5	5	4	5	1	3	5	5	5	5	2	5	4	4	5

64	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2	
65	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	5	2	5	3	3	5	
66	3	5	4	5	4	5	3	5	4	2	5	3	5	2	5	5	3	3	3	5	3	4	4	5	3	5	
67	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	
68	5	3	5	5	5	4	1	4	5	3	2	1	5	5	4	4	1	5	3	5	3	5	5	4	4	4	
69	4	4	4	4	4	5	1	4	5	2	3	1	5	5	5	4	1	4	5	3	4	5	4	5	5	5	
70	3	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	2	5	4	5	4	2	3	5	4	5	5	4	3	5	3	
71	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	3	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	
72	5	5	5	5	4	3	4	4	5	2	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	5	1	5	3	5	4	
73	4	5	5	4	5	2	3	3	4	3	5	3	5	5	2	3	3	4	3	5	4	4	3	2	4	5	
74	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	2	4	5	5	4	3	3	5	4	4	5	3	5	
75	5	4	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	5	2	3	2	
76	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	1	5	4	1	4	
77	5	5	4	5	4	5	3	4	5	1	5	3	5	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	5	2	4	
78	5	3	5	3	4	3	1	5	5	3	5	1	5	5	3	5	1	5	3	5	2	1	5	3	4	5	
79	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	3	4	3	4	5	3	4	4	5	5	2	4	4	5	3	
80	3	2	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	3	5	5	2	5	1	5	5	
81	3	4	4	4	4	4	3	5	4	1	2	2	5	4	4	5	2	3	4	3	5	4	4	4	5	5	
82	4	5	5	3	4	4	1	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	
83	4	5	4	5	4	3	2	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	1	5
84	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	2
85	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	3	4	2	5	5	5	3	4	3	5	
86	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	1	5	5	4	4	1	3	4	4	5	1	5	4	4	5	
87	4	2	4	4	4	5	5	3	4	4	5	1	3	3	5	3	1	4	3	3	5	3	4	5	4	5	
88	5	4	5	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	2	4	

89	4	2	4	5	4	4	1	5	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	3	4	2	3	5	
90	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	
91	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	1	5	5	3	5	
92	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	5	5	2	5	4	5	4	4	3	
93	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	1	5	5	5	5	
94	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	2	5	5	
95	4	3	4	5	4	3	3	5	4	3	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	1	4	5	3	4	
96	5	3	5	5	3	5	3	4	5	2	3	3	5	5	5	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	
97	3	4	5	4	5	5	3	3	5	4	5	2	4	5	5	3	2	3	3	3	5	4	5	5	4	5	
98	5	4	5	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	3	5	
99	3	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	1	5	4	3	5	
100	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	3	5	5	4	3	3	4	5	4	5	3	5	4	1	2	
101	4	3	5	5	5	5	3	2	5	5	5	4	3	5	5	2	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	
102	3	4	5	4	3	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	3	5	4	5	
103	2	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	2	5	3	5	5	4	5	5	3
104	2	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	2	3	5	3	5	5	4	5	4	
105	4	3	5	3	3	5	3	3	5	1	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
106	3	2	5	5	5	4	1	4	5	4	5	2	4	5	5	4	2	3	3	5	5	5	5	4	4	4	
107	5	2	5	3	5	5	1	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	1	3	
108	3	4	3	5	3	4	1	4	5	2	5	4	4	5	5	4	4	3	5	5	4	5	3	4	3	4	
109	5	3	5	5	5	4	3	3	5	4	3	3	5	5	5	3	3	5	5	3	4	4	5	4	3	5	
110	4	5	5	5	3	5	4	5	5	4	3	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	
111	4	3	3	5	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	5	3	4	4	5	5	5	5	3	4	4	2	
112	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	2	4	
113	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4	3	5	

114	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5	5	3	5	
115	2	4	5	3	4	5	3	4	4	3	3	2	5	5	4	4	2	2	5	3	5	3	5	5	3	4	
116	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	1	5	5	5	4	1	5	4	5	5	4	5	5	4	5	
117	5	4	5	4	4	3	2	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	
118	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	3	5	4	4	5	2	5	4	5	4	
119	5	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	
120	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	3	5	5	
121	3	2	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	3	5	5	5	3	5	4	4	3	
122	3	2	4	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	2	5	4	4	5	3	5
123	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	
124	3	3	5	5	5	3	4	3	3	4	5	3	5	5	5	3	3	3	5	5	4	5	5	4	1	5	
125	4	5	5	5	4	5	4	3	5	2	5	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	
126	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	
127	4	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	2	4	5	3	5	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	
128	4	5	5	5	5	4	1	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	
129	2	2	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	2	5	3	5	3	5	5	5	2	
130	5	5	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	3	3	3	5	4	4	5	1	5	4	4	5	
131	5	5	4	5	4	5	2	4	5	3	3	3	5	4	4	4	3	5	5	5	5	2	4	5	1	5	
132	3	5	5	5	3	5	2	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	3	5	
133	3	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	
134	4	5	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	
135	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5

Lampiran 6: Dokumentasi Penyebaran Kuesioner di Enak'e Moro *Resto and Coffee*



Lampiran 7: Dokumentasi bersama Manager Enak'e Moro Resto and Coffee



