

**USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
METODE *SERVQUAL* DAN IPA PADA KAFE MITRO KOPI**

TUGAS AKHIR

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



ANDERSON SIGALINGGING

15 06 08430

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Berjudul

USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL DAN IPA PADA
KAFE MITRO KOPI

yang disusun oleh

ANDERSON SIGALINGGING

150608430

dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 03 Agustus 2020

		Keterangan
Dosen Pembimbing 1	: Brilianta Budi Nugraha, ST., MT.	Telah menyetujui
Dosen Pembimbing 2	: Brilianta Budi Nugraha, ST., MT.	Telah menyetujui
Tim Penguji		
Penguji 1	: Brilianta Budi Nugraha, ST., MT.	Telah menyetujui
Penguji 2	: Dr. T. Baju Bawono, ST., MT.	Telah menyetujui
Penguji 3	: DM.Ratna Tungga Dewa, SSi., MT.	Telah menyetujui

Yogyakarta, 03 Agustus 2020

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Teknologi Industri

Dekan

ttd

Dr. A. Teguh Siswanto, M.Sc

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anderson Sigalingging

NPM : 15 06 08430

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya dengan judul "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Servqual* dan IPA Pada Kafe Mitro Kopi" merupakan hasil penelitian saya pada tahun Akademik 2020/2021 yang bersifat original dan tidak mengandung *plagiasi* dari karya manapun.

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

Demikian Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 22 Juli 2020

Yang menyatakan,

A green 1000 Rupiah banknote is shown with a signature written over it. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'TERAI MPEL' and '1000 RUPIAH'. The serial number '86CAHF53066867' is visible.

Anderson Sigalingging

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir ini. Laporan Tugas Akhir ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat sarjana Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. A. Teguh Siswanto selaku Dekan Fakultas Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Ibu Ririn Diar Astanti, S.T., M. MT., Dr.Eng. selaku Ketua Program Studi Fakultas Teknik Industri Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Brilianta Budi Nugraha, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing penulis yang sudah sabar dan rela meluangkan waktu serta tenaga untuk membimbing penulis dalam Tugas Akhir ini.
4. Papa, Mama, dan juga keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta semangat.
5. Mas Gilang Adi Pangestu selaku Manager dari Kafe Mitro Kopi.
6. Para pelanggan yang telah bersedia membantu mengisi kuisioner yang dibagikan oleh penulis.
7. Semua teman-teman yang telah memberikan dukungan serta semangat sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Dengan selesainya penulisan Tugas Akhir ini penulis berharap agar Tugas Akhir ini dapat bermanfaat untuk pembaca, khususnya teman-teman mahasiswa.

Yogyakarta, Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

BAB	JUDUL	HAL
	Halaman Judul	i
	Halaman Pengesahan	ii
	Pernyataan Originalitas	iii
	Kata Pengantar	iv
	Daftar Isi	v
	Daftar Gambar	vii
	Daftar Tabel	viii
	Daftar Lampiran	ix
	Intisari	x
1.	Pendahuluan	1
	1.1. Latar Belakang	1
	1.2. Perumusan Masalah	3
	1.3. Tujuan Penelitian	3
	1.4. Batasan Masalah	3
2.	Tinjauan Pustaka dan Dasar Teori	4
	2.1. Tinjauan Pustaka	4
	2.2. Penelitian Sekarang	6
	2.3. Dasar Teori	7
	2.4. Penyusunan Kuisisioner	10
	2.5. <i>Service Quality</i>	13
	2.6. <i>Importance Performance Analysis</i>	15
	2.7. <i>Fishbone Diagram</i>	17
3.	Metodologi Penelitian	20
	3.1. Observasi dan Wawancara	20
	3.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	20
	3.3. Menentukan Tujuan Penelitian	20
	3.4. Studi Pustaka	20
	3.5. Menentukan Atribut Pelayanan	20
	3.6. Penyusunan Kuisisioner	21

3.7. Penyebaran dan Pengumpulan Kuisisioner	21
3.8. Uji Kelayakan Kuisisioner	21
3.9. Melakukan Pengolahan Data	21
3.10. Melakukan Analisis dan Pembahasan	22
3.11. Memberikan Usulan Perbaikan	22
3.12. Kesimpulan dan Saran	22
4. Profil Perusahaan dan Data	23
4.1. Tinjauan Tentang Perusahaan	23
4.2. Data Penelitian	26
5. Analisis dan Pembahasan Data	33
5.1. Data Karakteristik Responden	33
5.2. Pengujian Kuisisioner	35
5.3. Analisis Kualitas Pelayanan Gap <i>Servqual</i>	39
5.4. <i>Importance Performance Analysis</i>	41
5.5. Analisis <i>Fishbone</i> diagram	45
5.6. Usulan Perbaikan	48
5.7. Menjalankan Usulan Perbaikan	54
6. Kesimpulan dan Saran	67
6.1. Kesimpulan	67
6.2. Saran	68
Daftar Pustaka	69
Lampiran	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Servqual	13
Gambar 2.2. Diagram Kartesius	16
Gambar 2.3. <i>Fishbone</i> diagram	18
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian Tugas Akhir	19
Gambar 4.1. <i>Flowchart</i> Proses Bisnis Kafe Mitro Kopi	25
Gambar 5.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Gambar 5.2. Data Responden Berdasarkan Usia	34
Gambar 5.3. Data Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	34
Gambar 5.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Gambar 5.5. Diagram Kartesius	43
Gambar 5.6. Fishbone Atribut T3	45
Gambar 5.7. Fishbone Atribut T6	46
Gambar 5.8. Fishbone Atribut Rel1	46
Gambar 5.9. Fishbone Atribut Emp2	47
Gambar 5.10. Fishbone Atribut T7	47
Gambar 5.11. Letak Peralatan Kebersihan	59
Gambar 5.12. Usulan Form Pengecekan Peralatan Kebersihan Toilet	60
Gambar 5.13. Letak <i>traffic cone</i>	61
Gambar 5.14. Usulan Design	62
Gambar 5.15. Usulan Design	62
Gambar 5.16. Usulan Design	62
Gambar 5.17. Dokumentasi form pengecekan peralatan bar	63
Gambar 5.18. Dokumentasi Instruksi Kerja <i>customer focus</i>	64
Gambar 5.19. Keadaan Banner dan Lampu Sorot	65
Gambar 5.20. Display sebelum diberi lampu <i>led</i>	66
Gambar 5.21. Display setelah diberi lampu <i>led</i>	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Skala <i>Likert</i>	12
Tabel 4.1. Jam Operasional Karyawan	27
Tabel 4.2. Atribut Pelayanan Jasa	27
Tabel 4.3. Skala <i>Likert</i> dalam Penelitian	29
Tabel 4.4. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.5. Data Responden berdasarkan Usia	30
Tabel 4.6. Data Responden berdasarkan Frekuensi Kedatangan	30
Tabel 4.7. Data Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan	30
Tabel 4.8. Jawaban Kepuasan Responden	31
Tabel 4.9. Jawaban Harapan Responden	31
Tabel 4.10. Jawaban Kepentingan Responden	32
Tabel 5.1. Uji Validitas Tingkat Kepuasan	40
Tabel 5.2. Uji Validitas Tingkat Harapan	41
Tabel 5.3. Uji Validitas Tingkat Kepentingan	41
Tabel 5.4. Uji Reliabilitas	42
Tabel 5.5. Hasil Perhitungan Gap 5 Servqual	46
Tabel 5.6. Peringkat Nilai GAP	47
Tabel 5.7. Skor <i>Importance Performance</i>	49
Tabel 5.8. Atribut Pelayanan berdasarkan Kuadran Diagram Kartesius	61
Tabel 5.9. Detail Solusi Perbaikan Tiap Atribut	62
Tabel 5.10. Lanjutan	63
Tabel 5.18. Jadwal Petugas Kebersihan Toilet	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Sintesis Pustaka	71
Lampiran 2. Lanjutan	72
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian	73
Lampiran 4. Data Tingkat Kepuasan	76
Lampiran 5. Data Tingkat Harapan	81
Lampiran 6. Data Tingkat Kepentingan	86
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan	91
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan	93
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	95
Lampiran 10. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan	97
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan	98
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	99
Lampiran 13. Usulan form pengecekan peralatan memasak dan bar	100
Lampiran 14. Usulan Instruksi Kerja Proses Pelayanan Kafe	101
Lampiran 15. Dokumentasi di kafe Mitro Kopi	102
Lampiran 16. Surat Penelitian	104
Lampiran 17. Surat Pernyataan	105

INTISARI

Mitro Kopi merupakan sebuah kafe yang mengusung konsep joglo seperti rumah tradisional Jawa serta menjadi tempat bersantai atau melepas penat mulai dari pelajar hingga orang dewasa. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan di Kafe Mitro Kopi, terdapat beberapa keluhan dari konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kafe Mitro Kopi. Keluhan konsumen disampaikan melalui *google review*, media sosial, atau disampaikan secara langsung ke pihak manajemen Mitro Kopi. Beberapa keluhan yang disampaikan pelanggan antara lain adalah keterlambatan sajian makanan ataupun minuman yang datang, kualitas rasa makanan dan minuman yang belum konsisten, tempat parkir yang kurang luas, serta penerangan kafe yang kurang baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan peningkatan di Kafe Mitro Kopi, serta mengimplementasikan usulan perbaikan berdasarkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan layanannya di Kafe Mitro Kopi. Penelitian yang dilakukan adalah mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu dilakukan suatu pengukuran. Lalu, melakukan pengambilan data dengan menggunakan kuisioner. Kemudian, dilakukan analisis untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan Metode *Servqual* Gap ke 5, dilanjutkan dengan melakukan analisis untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki dengan metode *Importance Performance Diagram* (IPA). Terakhir, melakukan analisis dengan metode *Fishbone* diagram untuk mengetahui akar penyebab ketidakpuasan konsumen serta mengembangkan usulan untuk atribut prioritas yang akan diperbaiki.

Hasil penelitian adalah nilai rata-rata kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi konsumen adalah -0,4395 yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan belum memuaskan konsumen. Dari analisis dengan metode IPA, terdapat lima atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu kondisi toilet, area parkir, tampak luar gedung, cita rasa makanan dan minuman, dan kesediaan pihak kafe untuk meminta maaf apabila terdapat kesalahan dalam pelayanan. Usulan perbaikan pada tiap atribut prioritas dibuat berdasarkan analisis dengan *Fishbone* diagram. Perbaikan yang dilakukan adalah membuat jadwal petugas kebersihan toilet, melakukan pengecekan dan perawatan secara berkala pada peralatan kebersihan, melakukan koordinasi dengan petugas parkir dalam bekerja, membuat desain rambu petunjuk parkir, memasang lampu led selang pada display nama Kafe Mitro Kopi, melaksanakan pengecekan serta perawatan peralatan memasak, serta membuat instruksi kerja untuk selalu bertanggung jawab dan fokus pada customer.

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, *Servqual*, *Importance Performance Analysis*, *Fishbone* diagram.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kebutuhan manusia semakin banyak dan juga beraneka ragam. Pada dasarnya, manusia akan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan pokok mereka dan akan mengesampingkan kebutuhan pelengkap. Namun seiring berkembangnya zaman, manusia yang pada awalnya memprioritaskan kebutuhan pokok, sekarang juga memenuhi kebutuhan pelengkap mereka, salah satunya kebutuhan akan hiburan. Pada era yang sudah modern ini berbagai aktifitas dan juga pekerjaan membuat manusia jenuh dan penat. Hal ini mendorong mereka untuk mencari tempat untuk bersantai dan melepas lelah. Kafe merupakan salah satu referensi tempat yang tepat untuk dikunjungi bagi orang-orang yang ingin bersantai dan melepas lelah sekaligus mencicipi makanan dan minuman yang ditawarkan di kafe tersebut.

Perkembangan kafe di Indonesia saat ini semakin maju dan juga berkembang pesat salah satunya seperti di kota Yogyakarta. Dalam perkembangannya, bisnis kafe seakan tidak akan pernah surut mengingat kafe memiliki banyak peminat. Maka, tidak heran apabila di kota ini terdapat banyak sekali kafe dengan berbagai jenis dan *style*. Saat ini kafe merupakan salah satu kebutuhan bagi para anak muda namun tidak menutup kemungkinan jika orang dewasa yang sudah bekerja dan berkeluarga pun masih menganggap bahwa kafe merupakan kebutuhan juga.

Pelanggan sebagai penikmat kafe pastinya akan memilih kafe yang dapat memberikan rasa nyaman, menawarkan harga yang murah, menawarkan kualitas rasa makanan dan minuman yang baik, serta yang paling penting adalah kafe yang dapat memberikan kepuasan serta pelayanan yang baik kepada pelanggan. Pada saat ini, penilaian publik terhadap suatu kafe tidak hanya berdasarkan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh kafe tersebut, namun juga kinerja manajemen dan pengelolaan kafe yang nantinya akan berperan penting dalam kelangsungan karir kafe tersebut.

Mitro Kopi merupakan salah satu kafe yang menjadi tempat bersantai atau melepas penat setelah beraktifitas mulai dari pelajar hingga orang dewasa, karena target kafe ini sendiri untuk semua kalangan. Mitro Kopi merupakan sebuah kafe yang mengusung konsep joglo. Fasilitas yang ditawarkan Kafe Mitro Kopi antara lain *free wifi*, toilet, tempat parkir, 12 meja biasa, 13 kursi biasa, 1 meja workspace, 2 kursi workspace, serta beberapa tempat untuk colokan. Mitro Kopi dapat menampung pelanggan dengan kapasitas maksimal sebanyak 55 orang. Saat ini banyak kafe sejenis seperti Mitro Kopi di Yogyakarta. Semakin banyaknya usaha kafe yang berdiri tentu membuat persaingan dalam bisnis ini sangat kuat sehingga Mitro Kopi perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan upaya memberikan pelayanan yang terbaik sehingga dapat bersaing dengan kafe sejenis yang ada di Yogyakarta. Melalui observasi secara langsung yang telah dilakukan di Kafe Mitro Kopi, masalah yang dihadapi Mitro Kopi saat ini adalah adanya keluhan dari pelanggan yaitu bahwa pelayanan yang diberikan Mitro Kopi belum sepenuhnya memuaskan bagi pelanggan. Adapun keluhan yang disampaikan pelanggan antara lain adalah kualitas rasa makanan dan minuman yang belum konsisten, fasilitas yang belum memadai, penerangan kafe yang tidak baik, dan beberapa masukan pelanggan lainnya seperti pemasangan fasilitas AC, *live music*, variasi menu serta tempat parkir yang kurang luas. Untuk masalah keterlambatan sajian makanan, menurut pihak manajemen Mitro Kopi hal tersebut terjadi karena keterbatasan pekerja yang mereka miliki. Observasi secara langsung dilaksanakan pada saat kondisi kafe sedang ramai. Selain itu, terdapat beberapa keluhan maupun masukan konsumen terkait pelayanan Kafe Mitro Kopi melalui *Google Review*. Pada *Google Review* Kafe Mitro Kopi memiliki skor atau *ratings* sebesar 4,4 dari 396 *review*. Beberapa keluhan konsumen pada *Google Review* diantaranya masih terdapat beberapa property Mitro Kopi yang sudah rusak namun belum diganti, keterlambatan sajian makanan ataupun minuman yang datang, luas tempat Mitro Kopi yang cukup sempit, penerangan ruangan kafe yang masih kurang dan masih belum adanya list menu makanan ataupun minuman yang tidak tersedia. Beberapa masalah yang terdapat di Kafe Mitro Kopi masuk dalam beberapa kategori atribut kualitas suatu jasa yang mencakup Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati. Atribut atau dimensi kualitas merupakan suatu kriteria dari suatu layanan yang dimana atribut-atribut ini akan menjadi tolak ukur kepuasan dari suatu pelanggan.

Saat ini, kafe Mitro Kopi belum sepenuhnya memberikan perasaan senang terhadap pelanggan karena masih adanya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan. Oleh karena itu, Mitro Kopi perlu mengukur kualitas pelayanannya untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang belum memuaskan bagi para pelanggannya dan keluhan apa saja yang belum sesuai dengan harapan pelanggan baik dari segi fasilitas, daya tangkap, empati dan sebagainya sehingga diharapkan adanya perbaikan yang dapat dilakukan.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, yang dapat ditarik menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah atribut-atribut pelayanan apa saja yang masih menjadi masalah di Mitro Kopi dan bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan di Mitro Kopi.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

- a. Mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Kafe Mitro Kopi yang ditinjau dari kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi konsumen.
- b. Mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk dilakukan peningkatan di Kafe Mitro Kopi.
- c. Implementasi usulan perbaikan berdasarkan atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan di Kafe Mitro Kopi.

1.4. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian tugas akhir ini, ada beberapa hal-hal yang dapat membatasi gerak dalam penelitian. Hal-hal yang membatasi penelitian ini yaitu :

- a. Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen yang minimal sekali membeli makanan dan minuman di Kafe Mitro Kopi.
- b. Penelitian dilakukan pada bulan September 2019 sampai dengan Juli 2020.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

2.1. Tinjauan Pustaka

Supinit (2016) melakukan penelitian dengan mengukur persepsi pelanggan menggunakan metode *Servqual* di TOM N TOMS Coffee Shop, Bangkok, Thailand. Metode *Servqual* digunakan untuk menampilkan dimensi-dimensi pengukuran, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tingkat harapan kualitas layanan di TOM N TOMS coffee shop. Dari hasil penelitian kemudian diperoleh bahwa TOM N TOMS coffee shop belum memberikan layanan yang baik bagi pelanggan seperti yang mereka harapkan.

Zainol dkk (2015) melakukan penelitian dengan mengukur kualitas layanan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* di Kopitiam Seberang Jaya, Pulau Pinang. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menilai kepuasan pelanggan sehingga dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk kembali mengunjungi kafe Kopitiam Seberang Jaya. Hasil dari penelitian menunjukkan salah satu dimensi kualitas yang digunakan peneliti dalam mengukur kualitas yaitu *assurance* perlu dilakukan perbaikan sehingga dapat menjadi tolak ukur niat pelanggan untuk kembali berkunjung.

Chirayu dan Nopparat (2014) melakukan penelitian tentang peningkatan kualitas pelayanan di salah satu kedai kopi di Thailand. Peneliti menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan metode *Important Performance Analysis*. Data dianalisis menggunakan SPSS dan kepuasan pelanggan ditentukan dengan *service quality* GAP model. Berdasarkan hasil perhitungan analisis *gap* didapatkan *gap* tertinggi terdapat pada dimensi *tangible* yaitu fasilitas kurang lengkap. Dari hasil *gap* keseluruhan didapatkan hasil negatif yang mana berarti harapan dari pasien belum sesuai dengan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan di kedai kopi tersebut.

Enny dan Anintia (2014) meneliti tentang peningkatan kualitas suatu layanan di PT Jasa Raharja dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*. Penelitian ini dilakukan dalam upaya meningkatkan citra perusahaan asuransi Jasa Raharja. Metode penelitian adalah kuantitatif deskriptif dilakukan dengan melihat populasi korban kecelakaan. Hasil dari perhitungan nilai *gap* yang menunjukkan nilai negatif

yang mana menunjukkan secara keseluruhan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan masih tidak puas. Gap yang paling rendah pada dimensi *Reliabilitas* yang berkaitan dengan santunan dana korban kecelakaan. Jadi pada dimensi ini yang harus ditingkatkan lagi kualitasnya oleh pihak perusahaan.

Harto (2015) melakukan penelitian tentang peningkatan kualitas layanan dengan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Fuzzy* pada Bengkel Resmi BAJAJ Padang dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta untuk mengidentifikasi atribut layanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Dari hasil perhitungan didapatkan 2 dimensi dari 5 dimensi yang memiliki nilai rendah yaitu *Reliability* dan *Responsiveness*. Oleh karena itu, dua atribut inilah yang harus ditingkatkan lagi kualitasnya oleh pihak bengkel.

Munhurrun dkk (2010) melakukan penelitian tentang *Service quality in the public service*. Pada penelitian ini, peneliti meninjau kualitas layanan yang sudah diberikan dalam layanan publik di Mauritius dengan menggunakan metode *Service Quality* dimana bertujuan untuk mengukur kualitas FLE (*front-line employees*) dan pelanggan dalam sektor publik utama di Mauritius. Dari hasil perhitungan rentang (*gap*) keseluruhan masih terdapat kekurangan dan FLE disarankan untuk memperbaiki dimensi yang dinilai masih memiliki kekurangan sehingga dapat meningkatkan kualitas layanan FLE. Pada penelitian ini juga dibahas hubungan kunci antara dimensi layanan dan kualitas layanan dalam layanan publik di Mauritius.

Minh dkk (2015) melakukan penelitian tentang *Service Quality and Customer Satisfaction a Case Study of Hotel Industri in Vietnam*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan dari pelanggan pada hotel-hotel yang terdapat di Vietnam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Service Quality (Servqual)*. Dari hasil perhitungan, terdapat satu dimensi dari total 5 dimensi yaitu *tangible* yang berkaitan dengan lokasi yang nyaman, fasilitas dan peralatan yang nyaman, dekorasi yang menarik serta staff yang berpakaian rapi. Oleh karena itu, dimensi ini masih harus ditingkatkan lagi kualitasnya oleh pihak hotel agar kualitas pelayanan semakin baik.

Tzeng dan Chang (2011) melakukan penelitian tentang *Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industri*. Pada penelitian ini Gwo dan Hung-Fan melakukan penelitian di 10 Restoran blog di Taiwan dan bertujuan untuk mengidentifikasi kepentingan dan kinerja kualitas layanan restoran di industri layanan makanan Taiwan. Metode yang digunakan adalah *Service Quality (Servqual)* dan IPA. Dari hasil penelitian beberapa restoran masih belum memenuhi harapan pelanggan diantaranya masih ada ditemukan di beberapa tempat makan yang tidak nyaman, ruangan yang tidak memadai buat pelanggan dan lingkungan yang kurang bersih. Pada bagian inilah yang harus dilakukan perbaikan guna memastikan kualitas layanan yang baik bagi pelanggan.

2.2. Penelitian Sekarang

Didalam penelitian ini, akan dibahas suatu penelitian mengenai perbaikan kualitas pelayanan jasa pada Kafe Mitro Kopi. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Kafe Mitro Kopi serta mengidentifikasi hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki maupun ditingkatkan di Kafe tersebut. Metode yang digunakan didalam penelitian ini yaitu Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*. Metode *Servqual* digunakan pada saat proses analisis 5 dimensi kualitas yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* lalu dilakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan perbandingan antara atribut harapan dan atribut kepuasan pelanggan. Sedangkan metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengukur level perbandingan antara atribut tingkat kepuasan dan atribut tingkat kepentingan dari suatu pelanggan. Dari metode ini akan menghasilkan atribut-atribut apa saja yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan suatu perbaikan sesuai dengan permintaan pelanggan.

2.3. Dasar Teori

Pada sub bab ini berisikan beberapa teori yang akan peneliti gunakan untuk penelitian tugas akhir ini.

2.3.1. Pengertian Jasa

Jasa merupakan suatu bentuk aktivitas atau interaksi yang memberikan manfaat, kemudahan, serta layanan yang diperlukan oleh orang lain. Berikut adalah pengertian jasa menurut beberapa ahli:

a. Hindarwati (2014)

Jasa merupakan produk yang tidak memiliki wujud tetapi merupakan suatu produk yang merupakan kinerja yang dapat memuaskan pelanggan dan tidak dapat dimiliki secara permanen.

b. Fitzsimmon (2011)

Jasa terdiri dari dua bagian yaitu jasa eksplisit dan jasa implisit. Kedua bagian tersebut dikelompokkan menjadi satu yang disebut *service package* lalu diberikan fasilitas pendukung serta barang yang dapat membantu.

c. Kotler dan Armstrong (1996)

Jasa merupakan kegiatan yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2.3.2. Kualitas Jasa

Kualitas Jasa adalah suatu kriteria yang perlu dimiliki oleh layanan jasa atau perusahaan yang ingin terus maju dan berkembang. Dengan jumlah pelanggan yang banyak disuatu perusahaan maka kualitas sebuah pelayanan dituntut untuk sebaik mungkin. Dalam literatur pemasaran pelayanan, kualitas umumnya didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan layanan oleh pelanggan (Tjiptono, 2011). Sedangkan menurut Harto (2015) pelayanan yang bermutu dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan membuat perusahaan jauh lebih unggul jika menyajikan pelayanan yang bermutu.

2.3.3. Klasifikasi Jasa

Tjiptono (2011) menyatakan terdapat delapan kriteria klasifikasi jasa yaitu :

a. Segmen Pasar

Terdapat dua segmen pasar diantaranya :

- i. Jasa atau layanan yang ditujukan bagi konsumen akhir yang membeli untuk kepentingan sendiri seperti salon kecantikan, warnet, taxi, asuransi jiwa.
- ii. Jasa atau layanan bagi konsumen organisasional seperti konsultan hukum, biro periklanan, perpajakan.

b. Tingkat Keberwujutan

Berdasarkan tingkat keberwujutan, jasa dapat dikelompokkan menjadi :

- i. *Rented-goods services*, pelanggan dapat memakai dan menyewa produk tertentu dari suatu penyedia jasa dalam waktu tertentu seperti penyewaan kendaraan (roda dua/empat), penyewaan kamar hotel, apartemen, penyewaan DVD/VCD.
- ii. *Owned-goods services*, produk (barang) milik pelanggan dapat diperbaiki, dikembangkan, dan dirawat oleh penyedia jasa seperti jasa pencucian mobil/motor, servis komputer, dealer servis mobil/motor, dan penyedia jasa servis yang lainnya.
- iii. *Non-goods services*, jasa personal yang sifatnya *intangible* (tidak berwujud produk fisik) yang ditawarkan kepada pelanggan seperti guru, penata rias, pelatih renang, *tour guide*.

c. Tujuan Organisasi Jasa

Tujuan organisasi jasa dapat dibagi menjadi 2 jenis diantaranya :

- i. *Profit services*, yang mana pada sebuah layanan jasa yang tujuan utamanya adalah profit seperti hotel, bank swasta, jasa penerbangan.
- ii. *Non-profit services* merupakan kebalikan dari *profit services* yang mana tujuan utamanya bukanlah profit seperti yayasan sosial, perpustakaan, museum, kantor perpajakan.

d. Keterampilan Penyedia Jasa

Keterampilan penyedia jasa dibagi menjadi dua jenis jasa diantaranya :

- i. *Profesional services*, pada jenis ini sebuah layanan jasa yang mana membutuhkan tingkat pendidikan khusus dari penyedia jasa tertentu seperti dokter, pengacara, notaris.

- ii. *Non-profesional services*, pada jenis ini sebuah layanan jasa tidak menuntut tingkat pendidikan yang tinggi, atau spesifikasi khusus dari para penyedia jasa seperti tukang parkir, pengantar surat, tukang pengangkut sampah, kuli bangunan.
- e. Regulasi
Dalam segi regulasi, dibedakan menjadi dua bagian yaitu :
 - i. *Regulated-services*, yang mana jasa secara ketat diatur dalam peraturan undang-undang seperti jasa penerbangan, rumah sakit, stasiun TV, perbankan, media massa.
 - ii. *Non-regulated services*, yang mana jasa agak sedikit bebas regulasinya seperti katering, asrama, kantin, pondokan.
- f. Intensitas Karyawan
Terbagi menjadi dua jenis diantaranya :
 - i. *Equipment-based services*, adalah layanan memprioritaskan mesin atau peralatan otomatis seperti *internet banking*.
 - ii. *People-based services*, layanan yang memprioritaskan kinerja manusia seperti pelatih dosen, dokter, pengacara, hakim, satpam.
- g. Kontak Penyedia Layanan dan Pelanggan
Terbagi menjadi dua jenis diantaranya :
 - i. *High-contact services*, yang mana tingkat hubungan/interaksi yang tinggi antara konsumen dengan penyedia jasa seperti universitas, rumah sakit, kantor polisi, konsultan bisnis, pengadaan
 - ii. *Low-contact services*, yang mana tingkat hubungan/interaksi yang kurang atau minim antara konsumen dengan penyedia jasa seperti jasa bioskop, jasa layanan pos, jasa PLN, pasar swalayan.
- h. Manfaat Bagi Konsumen
Dapat dibagi menjadi dua hal yaitu :
 - i. *For consumer services*, layanan atau jasa yang digunakan terhadap tujuan tertentu seperti jasa transportasi (bis, becak, taxi), jasa komunikasi (TV, radio, telepon, internet), asuransi.
 - ii. *To customer services*, layanan atau jasa yang ditujukan untuk konsumen seperti rumah sakit, tempat ibadah, jasa ketenagakerjaan, jasa biro jodoh, penjara.

2.3.4. Persepsi dan Harapan Pelanggan

Persepsi pelanggan terhadap suatu layanan atau jasa berasal dari informasi yang diterima dari pengalaman konsumen dimasa lalu sehingga pelanggan dapat menilai atau menggambarkan suatu layanan secara keseluruhan (Durianto dkk, 2001). Persepsi setiap pelanggan terhadap suatu layanan berbeda beda karena dipengaruhi oleh faktor pikiran dan lingkungan sekitarnya serta persepsi yang muncul dapat bersifat persepsi negatif maupun persepsi positif. Sedangkan harapan pelanggan memiliki peranan penting sebagai perbandingan untuk mengevaluasi kualitas. Harapan pelanggan merupakan salah satu kunci dari setiap perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Sangatlah sulit bagi perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan tanpa mengetahui harapan dari pelanggan itu sendiri (Zoel, 2011).

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas suatu jasa yaitu jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Apabila jasa yang dirasakan atau dipersepsikan sama dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa yang diberikan sudah dipersepsikan baik. Namun, jika jasa yang dirasakan atau dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Sedangkan apabila jasa yang dirasakan atau dipersepsikan melebihi dari jasa yang diharapkan maka dapat dikatakan kualitas jasa memiliki kualitas yang ideal (Parasuraman dkk 1985).

2.4. Pembuatan Kuisisioner

Menurut Asra dkk (2016), kuisisioner merupakan suatu alat tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari para target kuisisioner (responden).

Hal-hal penting yang perlu diperhatikan dalam membuat kuisisioner yang baik, yaitu:

- a. Tersedianya pertanyaan dan tempat untuk mengisi jawaban.
- b. Pertanyaan yang dibuat tidak boleh multitafsir dan harus dengan bahasa yang jelas.
- c. Dalam penyusunannya pertanyaan yang dibuat harus berhubungan dengan masalah yang akan diselesaikan.
- d. Dalam penyusunan kuisisioner harus ada petunjuk pengisian kuisisioner yang mudah dipahami oleh calon responden.

Berdasarkan sudut pandangnya, kuisisioner dapat di kelompokkan sebagai berikut:

a. Jenis Pertanyaan

i. Pertanyaan Tertutup

Pada jenis pertanyaan tertutup memberikan semua pilihan jawaban yang tersedia, sehingga responden hanya memilih jawaban yang sudah tersedia. Oleh karena itu, responden tidak dapat memberi alternatif jawaban yang lain.

ii. Pertanyaan Terbuka

Pada jenis pertanyaan terbuka, tidak memberikan pilihan jawaban tetapi memberikan kesempatan yang luas bagi responden untuk memberikan jawabannya.

b. Bentuk Jawaban

i. Pilihan ganda (*multiple choice*), yang mana tersedia beberapa jawaban sama halnya dengan jenis pertanyaan tertutup.

ii. Kuisisioner isian (*Essay*), yang mana responden diberikan kesempatan yang luas untuk memberikan jawabannya. Ini sama halnya dengan jenis pertanyaan terbuka.

iii. *Check List*, yang mana responden diminta untuk memberikan tanda *check* (✓) pada jawaban yang tersedia.

iv. *Rating Scale*, sebuah pernyataan yang mana diikuti dengan kolom jawaban yang menunjukkan tingkatan, mulai dari sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

2.4.1. Skala Pengukuran

Menurut Asra dkk (2016), pengukuran adalah hal terpenting dalam setiap penelitian. Ada berbagai skala pengukuran yang sering digunakan diantaranya skala *likert*, skala *semantik deferensial*, skala *rating*, skala *guttman*, dan skala *thurstone*. Didalam penelitian ini skala yang digunakan yaitu Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan dalam mengukur persepsi, pendapat dan sikap dari seseorang ataupun kelompok tertentu terhadap suatu fenomena sosial. Pada skala *Likert* terdapat susunan jawaban mulai dari yang sangat baik (positif) sampai yang paling buruk (negatif) dan biasanya diberi penamaan kata-kata Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 2.1. Skala Likert (Asra dkk,2016)

Pernyataan	Kata Lain	Penilaian
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

2.4.2. Uji Validitas

Uji Validitas adalah pengujian untuk mengukur kevaliditasan suatu atribut kuisisioner. Cara kerja pengujian validitas dilakukan dengan cara nilai koefisien korelasi dibandingkan dengan r tabel. Jika nilai koefisien korelasi > koefisien (r) tabel maka koefisien variabel dinyatakan valid begitu juga sebaliknya. Uji validitas dapat dilakukan menggunakan bantuan SPSS *software* atau dengan bantuan *microsoft excel*. Perhitungan validitas menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i) \cdot (\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) (n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}} \quad (2.3)$$

Dimana :

R_{xy} = koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total

n = jumlah responden

X_i = skor butir pada nomor pertanyaan ke-i

Y_i = skor butir responden ke-i

2.4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang mana suatu instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur suatu objek yang sama, maka menghasilkan data yang sama (Azra dkk, 2016). Jadi sebuah kuisisioner yang dikategorikan reliabel jika jawaban dari pada responden yang berbeda-beda stabil atau mirip untuk setiap jawaban. Untuk melakukan uji reliabel menggunakan bantuan *software* SPSS. Jika nilai *Cronbach Alpha* yang dihasilkan $\geq 0,7$ maka dikatakan reliabel, demikian pula sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,7 maka dikatakan tidak reliabel. Perhitungan reliabilitas adalah sebagai berikut :

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \cdot \left(1 - \frac{\sum S_{butir}^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ac} = reliabilitas instrumen

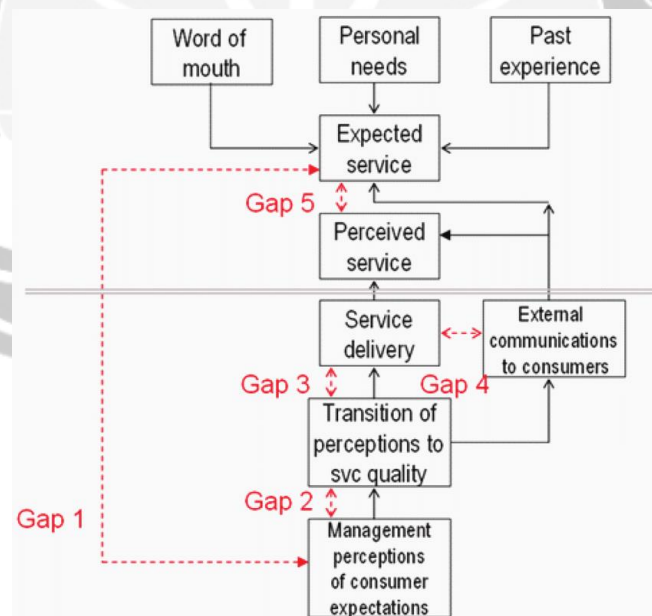
k = banyaknya butir pertanyaan

S_t^2 = varian skor total

$\sum S_{butir}^2$ = jumlah varian butir

2.5. Metode Service Quality

Service Quality pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model SERVQUAL adalah membandingkan harapan sebelum menerima pelayanan dan persepsi saat sudah menerima pelayanan sebenarnya menurut Parasuraman *et al.* (1985). Model SERVQUAL didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi harapan yang dikenal dengan sebutan *disconfirmation paradigm*. Berikut ini adalah Gambar 2.1. yang menunjukkan hubungan antar *gap* atau kesenjangan yang didefinisikan oleh Parasuraman (1985).



Gambar 2.1. Model Servqual diadaptasi dari Parasuraman, et al (1985)

Model SERVQUAL mengidentifikasi lima konsep GAP yang terjadi dalam proses memberikan pelayanan, antara lain:

- a. GAP 1 (*Knowlegde GAP*). Kesenjangan yang terjadi antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen perusahaan. Kesenjangan ini terjadi karena ketidakpahaman manajemen terhadap apa yang konsumen inginkan.
- b. GAP 2 (*Standard GAP*). Kesenjangan yang terjadi antara persepsi manajemen mengenai ekspektasi konsumen dengan kualitas pelayanan. Kesenjangan terjadi ketika manajemen gagal dalam mendesain standar pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- c. GAP 3 (*Delivery GAP*). Kesenjangan yang terjadi antara spesifikasi standar kualitas pelayanan dengan pelaksanaan penyampaian pelayanan. Kesenjangan ini terjadi ketika perusahaan gagal dalam menentukan pelaksana pelayanan yang sesuai dengan pelanggan inginkan.
- d. GAP 4 (*Comunications GAP*). Kesenjangan yang terjadi antara penyampaian pelayanan dengan janji perusahaan (*external communications*). Kesenjangan terjadi karena ketidaksesuaian antara pelayanan yang dijanjikan perusahaan dengan pelayanan yang disampaikan.
- e. GAP 5 (*Service GAP*) adalah kesenjangan antara persepsi konsumen dengan ekspektasi konsumen.

Untuk menjelaskan GAP 5, maka pembuat model ini mengidentifikasi 5 komponen penting kualitas pelayanan antara lain:

- a. *Reliability*, adalah tindakan dari penyedia jasa dalam memberikan pelayanan yang sebaik mungkin sebagai bukti nyata terhadap pelayanan yang telah ditawarkan oleh penyedia jasa terhadap pelanggan.
- b. *Responsiveness*, merupakan kesigapan ataupun respon dari pelayan terhadap pelanggan dalam membantu memberikan pelayanan yang baik serta cepat dan cekatan baik dari penyampain informasi yang jelas, melayani pelanggan dengan cekatan dan dapat kesigapan dalam membantu keluhan dari pelanggan.
- c. *Assurance*, merupakan kemampuan dari para pelayan dalam bersikap sopan santun yang dilihat dari komunikasi yang baik, pengetahuan terhadap pelayanan yang akan diberikan, pandai dalam penyampaian informasi, dan kemampuan untuk memberikan rasa kepercayaan terhadap perusahaan atau penyedia jasa.
- d. *Tangible*, merupakan bukti nyata dari suatu perusahaan atau penyedia jasa dalam menampilkan yang terbaik untuk menarik pelanggan. Baik dari

penampilan fisik seperti gedung, ruangan, kebersihan ataupun sarana komunikasi.

- e. *Empathy*, adalah kepedulian secara langsung yang dilakukan oleh perusahaan ataupun penyedia jasa terhadap pelanggan seperti hubungan pelayan terhadap pelanggan yang baik, kemampuan komunikasi yang baik sehingga pelayan paham apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan.

Penilaian kualitas layanan dengan metode SERVQUAL membahas perbedaan antara nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap pertanyaan yang sesuai dengan ekspektasi dan persepsi berdasarkan pengalaman mereka. Skor SERVQUAL untuk setiap pertanyaan tersebut menggunakan formula (Parasuraman *et al.*, 1988):

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

2.6. Metode *Importance Performance Analysis*

Menurut Dirgantara dan Sambodo (2015) IPA (*Importance Performance Analysis*) merupakan model atau metode yang digunakan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dengan peningkatan kualitas jasa atau yang sering dikenal dengan *quadrant analysis*. Dalam metode ini, konsumen yang menjadi responden diminta untuk menilai tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) dari tiap atribut. Rumus yang digunakan dalam metode IPA adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Kemudian sumbu mendatar (X) diisi oleh skor tingkat kinerja sebuah perusahaan, dan sumbu tegak (Y) diisi dengan skor kepentingan. Berikut adalah rumus yang digunakan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

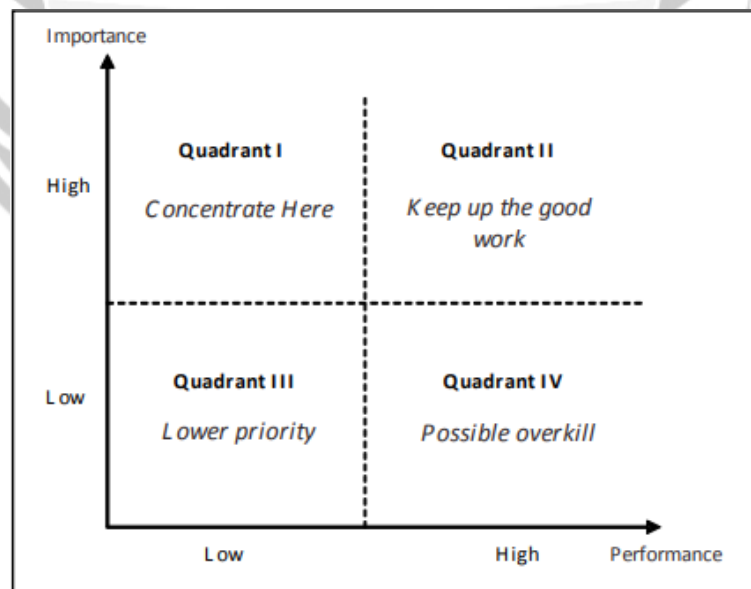
Keterangan :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Pada model IPA ini terdapat empat daerah kuadran dalam menentukan prioritas perbaikan yang akan digambarkan pada sebuah diagram kartesius. Di dalam grafik tersebut terdapat 4 kuadran, dari kuadran I sampai dengan kuadran IV. Untuk dapat menghasilkan empat daerah kuadran tersebut, rata-rata seluruh atribut dari persepsi yang didapatkan konsumen menjadi garis pembagi sumbu X dan rata-rata seluruh atribut dari tingkat kepentingan atribut pelayanan menjadi garis pembagi sumbu Y. Garis sumbu X dan sumbu Y tersebut secara tegak lurus berpotongan sehingga menghasilkan empat kuadran. Kemudian hasil dari setiap atribut pelayanan akan menempati posisi pada masing-masing kuadran dan menunjukkan atribut mana yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Berikut ini adalah gambar 2.2 yang menunjukkan diagram kartesius.



Gambar 2.2. Diagram Kartesius

Sumber : Tzeng & Chang (2011)

Berikut ini adalah penjelasan dari masing-masing kuadran menurut Tzeng dan Chang (2011):

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Setiap Atribut yang masuk kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, tetapi tingkat kinerja rendah. Ini menunjukkan bahwa upaya perbaikan harus dikonsentrasikan di sini. Jadi tiap atribut yang dikategorikan pada kuadran ini perlu diutamakan untuk dilakukan perbaikan dan peningkatan.

b. Kuadran II (Pertahankan Kinerja yang Baik)

Setiap Atribut yang masuk kuadran ini memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, dan memiliki tingkat pelayanan yang sangat baik menurut pelanggan. Setiap atribut-atribut yang dikategorikan dalam kuadran ini harus dipertahankan oleh sebuah perusahaan karena menjadi suatu keunggulan.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Setiap atribut yang masuk kuadran ini memiliki tingkat pelayanan dan tingkat kepentingan yang rendah. Meskipun tingkat kinerja rendah, atribut yang terdapat di kuadran ini tidak terlalu penting.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut dalam kuadran ini dianggap kurang penting, tetapi kinerjanya relatif tinggi. Pelanggan puas dengan kinerja yang diberikan oleh perusahaan, tetapi atribut-atribut dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan dan mungkin dapat dikurangi.

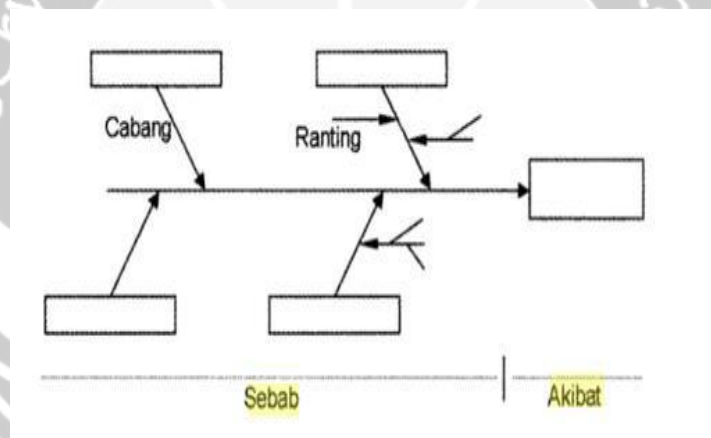
2.7. Metode Fishbone Diagram

Fishbone diagram atau cause effect diagram adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis penyebab dari suatu masalah atau kondisi. Metode ini ditemukan oleh profesor Kaoru Ishikawa tahun 1943. Fishbone diagram menunjukkan hubungan antara variasi masalah dengan semua faktor yang menyebabkan masalah tersebut (Herjanto, 2008).

Kegunaan fishbone diagram adalah mengidentifikasi akar penyebab dari suatu permasalahan, membantu dalam pencarian dan penyelidikan fakta lebih lanjut, serta membantu mendapatkan ide yang dapat memberikan solusi untuk pemecahan suatu masalah. Berikut merupakan tahapan dalam membuat fishbone diagram antara lain:

- a. Mengidentifikasi masalah. Masalah yang didefinisikan akan menjadi pusat perhatian dalam pembuatan fishbone diagram.
- b. Mengidentifikasi yang menjadi faktor utama masalah. Faktor tersebut akan menjadi penyusun “tulang” utama dari fishbone diagram.
- c. Menemukan kemungkinan penyebab dari setiap faktor. Kemungkinan penyebab dari setiap faktor akan digambarkan sebagai “tulang” kecil pada “tulang” utama. Kemungkinan penyebab dicari dengan cara brainstorming atau observasi.
- d. Melakukan analisis hasil diagram yang sudah dibuat. Akar penyebab yang sudah ditemukan dianalisis lebih jauh prioritas dan signifikansi dari penyebabnya. Solusi dari masalah akan ditemukan saat menyelesaikan akar permasalahannya.

Berikut ini adalah contoh fishbone diagram atau diagram sebab akibat yang didefinisikan oleh Herjanto (2008).



Gambar 2.3 Fishbone Diagram diadaptasi dari Herjanto (2008)

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

- a. Nilai rata-rata persepsi kualitas pelayanan yang diperoleh adalah 3,9697 dan nilai rata-rata harapan konsumen terhadap pelayanan adalah 4,4092 dengan nilai GAP sebesar -0,4395. Nilai GAP minus tersebut menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap pelayanan yang diberikan Kafe Mitro Kopi.
- b. Terdapat lima atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan oleh Kafe Mitro Kopi berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* yaitu:
 - i. (T3) Toilet yang bersih.
 - ii. (T6) Tempat parkir luas dan memadai
 - iii. (T7) Mitro Kopi memiliki tampak luar gedung yang mudah ditemui
 - iv. (Rel1) Mitro Kopi konsisten menjaga cita rasa minuman dan makanan.
 - v. (Emp2) Kesiediaan pihak kafe untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan
- c. Usulan perbaikan yang diberikan peneliti kepada manajemen Kafe Mitro Kopi serta dapat diterapkan berdasarkan analisis fishbone adalah sebagai berikut:
 - i. Untuk mengatasi masalah toilet yang kurang bersih, maka usulan perbaikan yang diberikan adalah membuat jadwal petugas kebersihan toilet, serta melakukan pengecekan dan perawatan secara berkala pada peralatan kebersihan
 - ii. Untuk mengatasi masalah tempat parkir yang kurang luas dan memadai, maka usulan perbaikan yang diberikan adalah melakukan koordinasi dengan petugas parkir dalam bekerja, menyediakan rambu petunjuk parkir yang terdiri dari 1 buah petunjuk parkir khusus pelanggan Mitro Kopi, 1 buah petunjuk parkir mobil dan motor, serta 1 buah *traffic cone*.
 - iii. Untuk mengatasi masalah tampak luar gedung Mitro Kopi sulit ditemukan, maka usulan perbaikan yang diberikan adalah memasang lampu *led* selang pada display nama Kafe Mitro Kopi
 - iv. Untuk mengatasi masalah Mitro Kopi tidak konsisten dalam menjaga cita rasa makanan dan minuman, maka usulan perbaikan yang diberikan adalah melaksanakan pengecekan serta perawatan peralatan memasak.
 - v. Untuk mengatasi masalah kurangnya kesiediaan pihak Mitro Kopi untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan, maka usulan

perbaikan yang diberikan adalah membuat instruksi kerja untuk selalu bertanggung jawab dan fokus pada *customer*.

6.2. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah mengembangkan penelitian dengan menganalisis GAP *Servqual* lainnya karena pada penelitian ini hanya berfokus pada GAP 5 metode *Servqual*. Dengan menganalisis GAP *Servqual* lainnya diharapkan dapat mengetahui penyebab penurunan kualitas layanan yang tidak hanya berfokus berdasarkan sudut pandang konsumen. Kemudian, dilakukan pengembangan hasil penerapan solusi perbaikan dengan melakukan pengukuran ulang kualitas dengan cara penyebaran kuisioner terkait atribut yang sudah dilakukan perbaikan dengan tujuan mengukur sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan setelah dilakukan penerapan solusi perbaikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Azra, A., Irawan, P.B., dan Purwoto, A., 2016, Metode Penelitian Survei, Penerbit IN MEDIA, Bogor.
- Ahmad, A.A., 2015, The Effect of Service and Food Quality on Customer Satisfaction and Hence Customer Retention A Case Study of Restaurant in Jordan, Asian Social Science, Volume 11, No.23, Canadian Center of Science and Education, Saudi Arabia.
- Christianti, K.K., Lapian, J., dan Tumiwa, J., 2016, Evaluating The Service Quality of Coffee Shop Using Importance and Performance Analysis A Case Study of Excelso Coffee in Manado, Volume 16 No.4, Sam Ratulangi University, Manado.
- Dirgantara, H.B., dan Sambodo, A.T., 2015, Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus : Analisa Kepuasan Konsumen bhineka.com, Jurnal Sains dan Teknologi, Volume 2, No.1, Kalbi Scientia, Jakarta.
- Durianto, S., dan Tony S., 2001, Strategi Menaklukkan Pasar Melalui, Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka.
- Fitzsimmons, J.A., dan Fitzsimmons, M.J., 2011, Service Management – Operations, Strategy, Information Technology, McGraw.
- Harto, B., 2015, Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan, Jurnal Teknoif, Volume 3, No.1, Sistem Informasi Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) JAYANUSA Padang.
- Hindarwati, E.N., dan Anintia, J., 2014, Analisis Kualitas Pelayanan PT Jasa Raharja Dengan Metode Servqual, Binus Business Review, Volume 5, No.2, School of Business and Management, BINUS University, Jakarta.
- Kotler, P., dan Amstrong, 1996, Dasar-Dasar Pemasaran, Jakarta : Intermedia.
- Minh, N.H., Ha, N.T., Anh, P.C., dan Matsui, Y., 2015, Service Quality and Customer Satisfaction A Case Study of Hotel Industry in Vietnam, Asian Social Science, Volume 11, No.10, Canadian Center of Science and Education, Vietnam.

- Munhurrun, P.R., Bhiwajee, S.D.L., dan Naidoo, P., 2010, Service Quality In the Public Service, International Journal Of Managemen and Marketing Research, Volume 3, No.1, University of Technology Mauritius.
- Parasuraman, Berry, A., Leonard, L., Zeithaml, dan Valarie, 1985, Problems and Strategies in Services Marketing. Jurnal of Marketing Vol. 49.
- Parasuraman, Valarie, Zeithaml, Leonard, L., dan Berry, A., 1988, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol 64 (1) pp 12- 37.
- Supinit, D., 2016, Measuring Customer Perceptions of Service Quality towards TOM N TOMS coffee shop, in Phaya Thai Bangkok, Thailand. International Journal of Management and Commerce Innovations.
- Tjiptono, F., 2011, Service Management Mewujudkan Layanan Prima, Edisi 2, Penerbit Andi Publisher, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., 2016, Service Quality dan Satisfaction, Edisi 4, Penerbit Andi Publisher, Yogyakarta
- Tzeng, G.H., dan Chang, H.F., 2011, Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry, J. Technol, Manag Innov, Volume 6, No.3, Journal of Technology Management & Innovation, Taiwan.
- Vuorinen, I., dan Lehtinen, U., 1998, Service Quality, Customer Satisfaction and Brand Loyalty of Brand Coffee Shops in Thailand. Academic Services Journal.
- Zainol, R., dan Razali, T., 2015, Service Quality Measurement in Kopitiam Seberang Jaya, Pulau Pinang. Journal of Applied Environmental and Biological Sciences.
- Zoel, 2011, Memahami Harapan Pelanggan, <https://marketing.co.id/memahami-harapan-pelanggan/>, diakses tanggal 10 Oktober 2019.

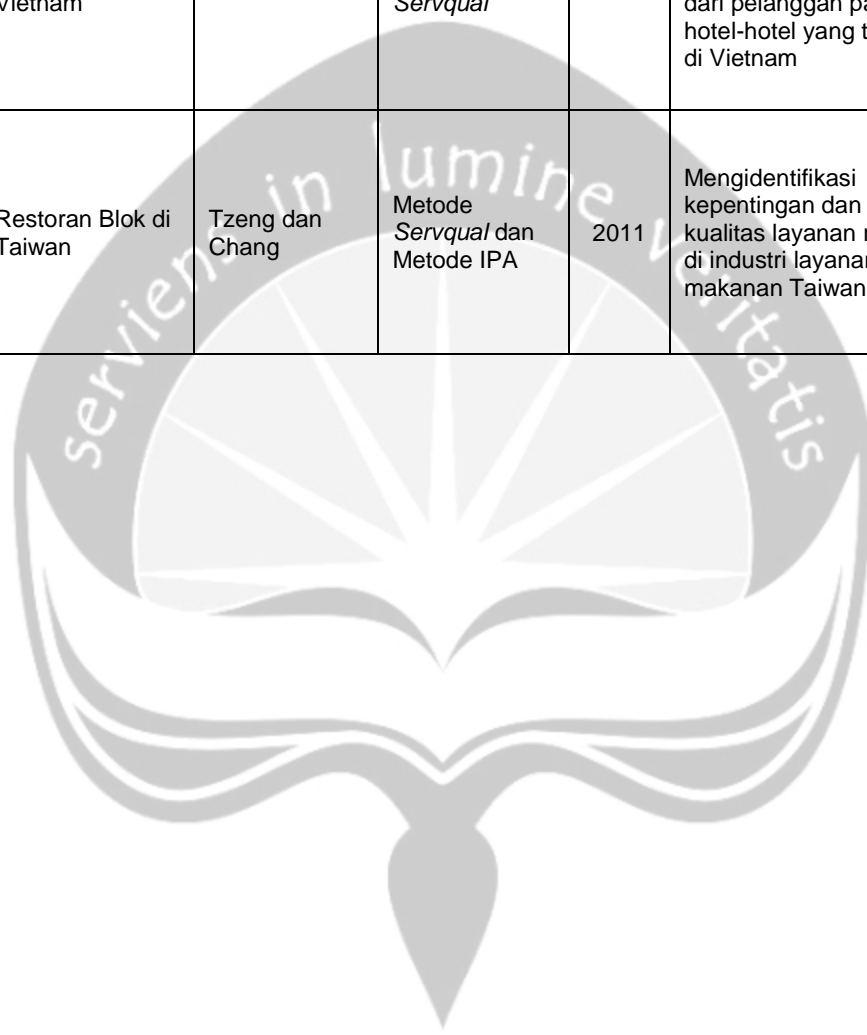
LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel Sintesis Pustaka

No.	Objek	Nama Penulis	Metode	Tahun	Tujuan
1	TOM N TOMS Coffee Shop	Supinit, D.	Metode <i>Servqual</i>	2016	Mencari tahu tingkat harapan kualitas layanan di TOM N TOMS coffee shop
2	Kopitiam Seberang Jaya, Pulau Pinang.	Zainol, R., dan Razali	Metode <i>Servqual</i>	2015	Menilai kepuasan pelanggan sehingga dapat mempengaruhi niat pelanggan untuk kembali mengunjungi kafe Kopitiam Seberang Jaya
3	Kedai Kopi di Thailand	Chirrayu dan Nopparat	Metode <i>Servqual</i> dan Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	2014	Meningkatkan kualitas pelayanan di salah satu kedai kopi di Thailand.
4	PT Jasa Raharja	Enny dan Anintia	Metode <i>Servqual</i>	2014	Meningkatkan citra perusahaan asuransi Jasa Raharja
5	Bengkel Resmi BAJAJ Padang	Harto	Metode <i>Servqual</i> dan Metode <i>Fuzzy</i>	2015	Mengetahui tingkat kepuasan konsumen serta untuk mengidentifikasi atribut layanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan
6	Layanan Publik di Mauritius	Munhurrundkk	Metode <i>Servqual</i>	2010	Meninjau kualitas layanan yang sudah diberikan dalam layanan publik di Mauritius

Lanjutan Lampiran 2. Tabel Sintesis Pustaka

7	Hotel-Hotel di Vietnam	Minh dkk	Metode <i>Servqual</i>	2015	Menguji secara empiris hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan dari pelanggan pada hotel-hotel yang terdapat di Vietnam
8	Restoran Blok di Taiwan	Tzeng dan Chang	Metode <i>Servqual</i> dan Metode IPA	2011	Mengidentifikasi kepentingan dan kinerja kualitas layanan restoran di industri layanan makanan Taiwan



KUISISIONER

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan pengerjaan Tugas Akhir saya dengan topik Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode *Servqual* dan IPA Pada Kafe Mitro Kopi Yogyakarta, maka saya yang melakukan penelitian :

Nama : Anderson Sigalingging
NIM : 15 06 08430
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Program Studi : Teknik Industri

Memohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara/i untuk meluangkan waktu untuk membantu saya mengisi kuisisioner ini. Atas perhatian Bapak / Ibu / Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

A. Data Responden

Berilah tanda (√) pada setiap pilihan yang sesuai dengan data diri Anda.

1. Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia Anda

- < 18 tahun
- 18 – 24 tahun
- 25 – 35 tahun
- > 35 tahun

3. Frekuensi anda datang ke

Kafe Mitro Kopi

- < 5 kali
- 5 – 10 kali
- 11 – 16 kali
- > 16 kali

4. Pekerjaan Anda

- Pelajar
- Mahasiswa
- ASN
- Pegawai Swasta
- Lainnya

B. Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Berilah tanda (√) untuk setiap pertanyaan pada kolom **“Tingkat Kepuasan”** untuk memberikan penilaian sesuai dengan tingkat kepuasan Anda atas pelayanan yang diberikan di Kafe Mitro Kopi dengan memberi skala nilai sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| 1 = Sangat Tidak Puas (STP) | 4 = Puas (P) |
| 2 = Tidak Puas (TP) | 5 = Sangat Puas (SP) |
| 3 = Kurang Puas (KP) | |

Berilah tanda (√) untuk setiap pertanyaan pada kolom **“Tingkat Harapan”** untuk memberikan penilaian terhadap atribut pelayanan yang seharusnya diberikan sesuai dengan harapan pelanggan di Kafe Mitro Kopi dengan memberi skala nilai sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) | 4 = Setuju (S) |
| 2 = Tidak Setuju (TS) | 5 = Sangat Setuju (SS) |
| 3 = Kurang Setuju (KS) | |

Berilah tanda (√) untuk setiap pertanyaan pada kolom **“Tingkat Kepentingan”** untuk memberikan penilaian terhadap tingkat kepentingan atribut pelayanan jasa yang diberikan di Kafe Mitro Kopi dengan memberi skala nilai sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------|-------------------------|
| 1 = Sangat Tidak Penting (STP) | 4 = Penting (P) |
| 2 = Tidak Penting (TP) | 5 = Sangat Penting (SP) |
| 3 = Kurang Penting (KP) | |

Atribut Pelayanan		Tingkat Kepuasan					Tingkat Harapan					Tingkat Kepentingan				
		STP	TP	KP	P	SP	STS	TS	KS	S	SS	STP	TP	KP	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Tangibles / Bukti Fisik	1. Ruang Kafe bersih dan nyaman															
	2. Kelengkapan fasilitas (wifi, musik, dll)															
	3. Toilet yang bersih															
	4. Ruang sudah memiliki penerangan yang baik															
	5. Memiliki meja dan tempat duduk yang nyaman dan memadai															
	6. Tempat parkir luas dan memadai															
	7. Mitro Kopi memiliki tampak luar gedung yang mudah ditemui															

Atribut Pelayanan		Tingkat Kepuasan					Tingkat Harapan					Tingkat Kepentingan				
		STP	TP	KP	P	SP	STS	TS	KS	S	SS	STP	TP	KP	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Reliability / Kehandalan	8. Mitro Kopi konsisten menjaga cita rasa minuman dan makanan															
	9. Mitro Kopi bersedia menerima keluhan dari pelanggan															
	10. Menu yang disajikan sesuai dengan pesanan															
Responsiveness / Ketanggapan	11. Pekerja kafe dapat melayani dengan cepat dan tepat															
	12. Pihak kafe tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan															
	13. Pihak kafe dengan cepat melakukan perbaikan jika terjadi kesalahan pelayanan															
Assurance / Jaminan	14. Pekerja kafe mampu dan dengan sabar memberikan penjelasan mengenai menu															
	15. Pekerja kafe sudah terlatih dengan baik dan berpengalaman															
	16. Pekerja kafe membuat pelanggan merasa nyaman saat dilayani															
Empathy / Empati	17. Pekerja kafe selalu bersikap ramah dalam memberikan pelayanan															
	18. Kesiediaan pihak kafe untuk meminta maaf apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan															
	19. Kesiediaan pihak kafe untuk mengucapkan terimakasih setelah pelanggan berkunjung															

Lampiran 4: Tabulasi Keluhan Konsumen

Keluhan Konsumen Kafe Mitro Kopi				
<p>Suasananya nyaman, cuma pas liat ke atas tradisional banget. Debunya om tolong dikondisikan. Kesimpulannya keren.</p>	<p>Mungkin kelengkapan menu bisa ditingkatkan. Yang disayangkan karena Di sebelah jalan Besar Sehingga suara gemuruh kendaraan terdengar jelas dan sirkulasi udara yang kurang sehingga banyak asap rokok berkumpul dan Pengap.</p>	<p>Tolong ada list menu yang tidak tersedia, sudah beberapa kali kesana yang ada makanannya cuma pisang goreng dan kentang goreng.</p>	<p>Standart sih tapi nyaman dan enak untuk tempat nongkrong walaupun kurang luas kafe terta lahan parkirnya.</p>	<p>Tempatnya asik, cumn lebih diperhatikan propertinya, misal ad yg rusak, atau kurg pas lbh diperhatikan dn dibenahi, trims.</p>
<p>Tempatnya cukup sempit untuk nongkrong rame2. Pelayanan juga tidak terlalu cepat. Tapi wifinya lumayan dan pelayannya cukup ramah. Harga pas di kantong.</p>	<p>Meskipun agak sempit, tempat ini asik buat ngumpul begadang bareng teman-teman. Kopinya enak tapi variannya kurang banyak.</p>	<p>Tempatnya tidak luas, tapi cukup untuk tempat berbincang atau sekedar nongkrong dengan teman. Untuk jenis kopi yang ditawarkan tak cukup banyak namun sudah mencakup kebutuhan penikmat kopi pemula seperti saya. Semoga semakin lancar dan sukses terus.</p>	<p>Menu OK, jenis kopi diperbanyak lagi.</p>	<p>Cozy place, fast wifi, it is better if you add some more main course not only fried rice and noodle.</p>

Lampiran 4: Lanjutan

Keluhan Konsumen Kafe Mitro Kopi				
Pelayanan kurang ramah, tapi suasana tempat asik juga.	Tempat nongkrong anak muda, terutama mahasiswa. Tempat yang cukup asyik untuk berkumpul bersama teman2 segank. Mungkin tempat parkir bisa diperluas.	Tempatnya cocok untuk kumpul-kumpul, ngopi bareng gitu. Namun sangat disayangkan toiletnya kurang bersih.	Pelayanan dan makanannya kurang well. Tempatnya ramai dan ekonomis. Kamar mandinya kurang bersih.	Tempatnya kurang luas, kopinya kurang nikmat. Harga terjangkau untuk tempat nongkrong.
This place is good when you bring friends / group, not recomendate for dating couple or non-smoking person. Always crowded, epecially at night. Nice and cheap coffees & snacks. There are many electric plugs for phone charging.	Terlalu rame, banyak asap untuk yang gak suka rokok maupun vape. Tempat kurang luas. Tempat parkir kurang luas apalagi jika pake mobil susah parkir. Makanan kurang oke, minuman lumayan.	Kopi itemnya kurang mantep, kurang jago yg buat. Kalau saran saya, buatnya dua sendok gula, satu sendok bubuk.	Tempatnya kurang nyaman, kursi sm mejanya kurang pas, tapi tempatnya cukup asyik buat nongkrong.	Gak tau juga sih, tapi menurutku biasa aja kyk tempat2 lain di jogja. Banner display nama kafe sudah rusak dan lampu penerangnya mati, susah ditemui dari luar.

Lampiran 4: Lanjutan

Keluhan Konsumen Kafe Mitro Kopi				
<p>Pelayanannya lama coi, mesen roti bakar keluarnya setengah jem. Pesan kopi gelas kedua, keluarnya setengah jem. padahal baristanya foto2 sama temen2nya. Pas ditanyain baru dibikin. Hmmm.</p>	<p>Cozy, tempatnya kaya rumah adat jawa keren! Cuma kurang di menu nya karena pilihan makanannya sedikit.</p>	<p>Entahlah, saya belum menemukan tempatnya ketika mencari tempat ini dengan mengikuti petunjuk dari google map sehingga saya tidak bisa mengulasnya. Mungkin ketika saya menemukan tempat ini akan saya ulas lebih lanjut lagi.</p>	<p>Tolong kasir diajarin lagi cara menghadle customer dengan baik dan benar, Terimakasih. Untuk yang lainnya, sudah cukup.</p>	<p>Tempatnya sih enak cuma pelayanannya kurang kadang lamaaaa banget. Tempat juga biasa biasa aja. Tapi harga murah.</p>
<p>Kadang suka lama nganter makan & minumnya mungkin lupa. Rasa masakan dan minuman biasa saja tapi di sini cukup murah, free wifi juga, nice place.</p>	<p>Masih sedikit disayangkan soal pelayanan kalo meja penuh, pelayan nggak bantu pelanggan merekomendasikan atau mencarikan tempat duduk, alhasil tetep berdiri ataupun balik cari kafe yang lain.</p>	<p>Makanan dan minuman termasuk murah untuk tempat nongkrong tetapi untuk pelayanny perlu ditingkatkan kaya rada kurang gesit aja.</p>	<p>Tempatnya nyaman, cuma kurang cocok buat ngumpul rame rame karena meja dan kursi cuma bisa dipake 1-4 orang saja (maksimal 6 orang tapi itu sempit sempitan).</p>	<p>Tempat nongkrong yang buka sampe jam 1 pagi. Sayangnya wifi lambat serta makanan dan minuman yang kurang dari segi rasa. Harga masih lumayan terjangkau untuk kantong mahasiswa.</p>

Lampiran 5: Data Tingkat Kepuasan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
6	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
7	3	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
8	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
9	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
10	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
11	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
12	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
13	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
14	5	5	2	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
15	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
18	3	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	3	4	3	3	5	5	4	5
19	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4
20	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
21	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4
22	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 5: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
23	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4
24	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3
25	5	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
26	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
27	4	4	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
28	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
29	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
30	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
32	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
33	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
34	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
36	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
37	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
38	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
39	3	4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
40	4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5
41	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4
42	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4
44	3	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5

Lampiran 5: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
45	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
48	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4
51	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	5	3
52	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
53	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
55	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4
57	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
58	5	5	4	4	3	2	2	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
59	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
60	3	4	3	4	2	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
61	4	3	2	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
62	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5
63	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5
64	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
65	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4
66	4	4	4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4

Lampiran 5: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
67	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
68	3	4	2	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
69	4	5	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
70	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5
71	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4
72	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
73	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
74	4	5	4	3	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4
75	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
76	3	4	3	2	1	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	2	3	4
78	4	5	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4
79	3	4	3	3	1	1	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4
80	4	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
81	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
82	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	3	3	4	4	5	3
83	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
84	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4
85	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
87	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4

Lampiran 5: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
89	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4
90	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4
91	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5
92	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
93	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5
94	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4
95	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5

Lampiran 6: Data Tingkat Harapan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
1	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
8	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
13	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
15	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
16	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
17	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
19	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
21	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4

Lampiran 6: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
23	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
31	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
32	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
37	4	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
39	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5
40	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
43	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	3	4	5	5	5	2	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5

Lampiran 6: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
45	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
46	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
49	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
50	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
51	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
52	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
55	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
56	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
57	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
58	5	5	5	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
59	4	5	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
60	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
61	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5
62	5	5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
63	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
64	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
65	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4
66	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 6: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
67	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
68	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
69	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
70	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5
72	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
73	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
74	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
75	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
76	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5
77	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
78	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
79	4	4	5	3	3	2	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
80	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
81	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5
82	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
83	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
84	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	4	4	4	5	5
86	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
87	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4

Lampiran 6: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
89	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
90	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4
91	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
92	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
93	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
95	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4

Lampiran 7: Data Tingkat Kepentingan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
1	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
6	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
7	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
8	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
10	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
11	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
13	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
15	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
16	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
18	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
19	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5
20	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5
21	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5

Lampiran 7: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
23	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
27	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5
28	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
29	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
30	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
37	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
40	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
42	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5

Lampiran 7: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
45	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
48	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
52	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
55	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
56	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	2	3	4	2	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
61	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
62	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
63	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	5	4
64	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 7: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
67	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
68	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
69	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
71	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
73	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
74	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
75	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
78	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
79	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
80	2	3	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	3	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
83	5	5	4	4	4	4	3	1	5	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4
84	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
86	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 7: Lanjutan

Responden Ke-	Atribut																		
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	Rel1	Rel2	Rel3	Res1	Res2	Res3	A1	A2	A3	Emp1	Emp2	Emp3
89	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5
92	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5
93	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
94	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
95	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5

Lampiran 8: Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan

T1	Pearson Correlation	,434**		T6	Pearson Correlation	,436**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T2	Pearson Correlation	,323**		T7	Pearson Correlation	,376**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T3	Pearson Correlation	,223**		Rel1	Pearson Correlation	,453**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T4	Pearson Correlation	,486**		Rel2	Pearson Correlation	,502**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T5	Pearson Correlation	,439**		Rel3	Pearson Correlation	,567**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95

Lampiran 8: Lanjutan

Res1	Pearson Correlation	,562**	A3	Pearson Correlation	,553**
	Sig. (2-tailed)	0		Sig. (2-tailed)	0
	N	95		N	95
Res2	Pearson Correlation	,543**	E1	Pearson Correlation	,600**
	Sig. (2-tailed)	0		Sig. (2-tailed)	0
	N	95		N	95
Res3	Pearson Correlation	,490**	E2	Pearson Correlation	,458**
	Sig. (2-tailed)	0		Sig. (2-tailed)	0
	N	95		N	95
A1	Pearson Correlation	,528**	E3	Pearson Correlation	,535**
	Sig. (2-tailed)	0		Sig. (2-tailed)	0
	N	95		N	95
A2	Pearson Correlation	,454**	Skor	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	0		Sig. (2-tailed)	0
	N	95		N	95

Lampiran 9: Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

T1	Pearson Correlation	,564**		T6	Pearson Correlation	,530**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T2	Pearson Correlation	,507**		T7	Pearson Correlation	,458**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T3	Pearson Correlation	,653**		Rel1	Pearson Correlation	,551**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T4	Pearson Correlation	,493**		Rel2	Pearson Correlation	,500**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T5	Pearson Correlation	,632**		Rel3	Pearson Correlation	,653**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95

Lampiran 9: Lanjutan

Res1	Pearson Correlation	,556**		A3	Pearson Correlation	,656**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
Res2	Pearson Correlation	,456**		E1	Pearson Correlation	,525**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
Res3	Pearson Correlation	,546**		E2	Pearson Correlation	,570**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
A1	Pearson Correlation	,507**		E3	Pearson Correlation	,450**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
A2	Pearson Correlation	,542**		Skor	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95

Lampiran 10: Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

T1	Pearson Correlation	,555**		T6	Pearson Correlation	,497**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T2	Pearson Correlation	,540**		T7	Pearson Correlation	,549**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T3	Pearson Correlation	,590**		Rel1	Pearson Correlation	,551**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T4	Pearson Correlation	,585**		Rel2	Pearson Correlation	,489**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
T5	Pearson Correlation	,442**		Rel3	Pearson Correlation	,540**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95

Lampiran 10: Lanjutan

Res1	Pearson Correlation	,683**		A3	Pearson Correlation	,527**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
Res2	Pearson Correlation	,681**		E1	Pearson Correlation	,680**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
Res3	Pearson Correlation	,574**		E2	Pearson Correlation	,744**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
A1	Pearson Correlation	,646**		E3	Pearson Correlation	,500**
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95
A2	Pearson Correlation	,602**		Skor	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	0			Sig. (2-tailed)	0
	N	95			N	95

Lampiran 11: Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan

Reliability

Scale: Tingkat Kepuasan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	19

Lampiran 12: Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

Reliability

Scale: Tingkat Harapan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	19

Lampiran 13: Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability

Scale: Tingkat Kepentingan

Case Processing Summary


		N	%
Cases	Valid	95	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	95	100,0



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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	19

Lampiran 14: Usulan Form Pengecekan Peralatan Memasak dan bar


FORM PENGECEKAN PERALATAN MEMASAK DAN BAR						
Tanggal Pengecekan :			 mitro kopi			
Koordinator :						
No	Item/Alat	Jumlah	Kondisi Alat			Keterangan
			Baik	Kurang Baik	Rusak	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

Atasan  

Yogyakarta,.....

Koordinator

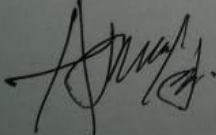
Lampiran 15: Usulan Instruksi Kerja Proses Pelayanan Kafe


	INSTRUKSI KERJA	Halaman : 1/1
	PROSES PELAYANAN KAFE	Tanggal Berlaku :


1. Tujuan
Memberi standarisasi layanan konsumen kafe sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

2. Prosedur layanan konsumen

- 2.1. Setiap konsumen yang datang ke Kafe disambut dengan budaya 4 S (senyum, sapa, salam dan sopan). Contoh ucapan salam : Selamat datang di Kafe Mitro Kopi, ada yang bisa kami bantu.... (dengan senyum terbaik dan isyarat tangan di depan dada).
- 2.2. Siap memberikan penjelasan menu secara informatif kepada konsumen yang memiliki pertanyaan mengenai menu yang ditawarkan.
- 2.3. Cekatan dan sigap apabila konsumen meminta bantuan.
- 2.4. Apabila terjadi konsumen komplain, karyawan mendengarkan dengan baik komplain tersebut tanpa menyela dan meminta maaf serta memberikan solusi atas kesalahan yang dilakukan oleh karyawan kafe.
- 2.5. Menjelaskan ke konsumen untuk memperbaiki atau mengganti menu apabila diperlukan
- 2.6. Mengawali setiap kalimat dengan kata maaf dan mengakhiri setiap kalimat dengan kata terima kasih.
- 2.7. Menyampaikan terima kasih atas masukan dan saran yang diberikan oleh konsumen untuk dapat meningkatkan pelayanan kafe menjadi lebih baik.

Dibuat oleh

Anderson Sigalingging

Disetujui oleh,
Owner

Gilang Adi. P




Lampiran 16: Dokumentasi di Kafe Mitro Kopi

Gambar	Keterangan
	<p>Area Parkir Kafe Mitro Kopi</p>
	<p>Area Depan Kafe Mitro Kopi</p>
	<p>Area Bar Kafe Mitro Kopi</p>

Lampiran 16: Lanjutan

Gambar	Keterangan
	<p>Area Kasir Kafe Mitro Kopi</p>
	<p>Kondisi Toilet Kafe Mitro Kopi</p>
	<p>Pengambilan Data di Kafe Mitro Kopi</p>

Lampiran 17: Surat Penelitian

 Jalan Stadion, Gedongan Lor, Wedomartani,
Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman
HP 081390964659

SURAT PENELITIAN

Hal : Penelitian Tugas Akhir
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Teknologi Industri UAJY
Dr. A. Teguh Siswantoro
Di Tempat

Dengan hormat
Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gilang Adi Pangestu
Jabatan : Pimpinan

Menerangkan bahwa,
Nama : Anderson Sigalingging
No. Mahasiswa : 150608430
Prodi : Teknik Industri


Telah selesai melaksanakan penelitian di kafe kami sebagai syarat penyusunan Tugas Akhir dengan judul:


“Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan
Metode Servqual dan IPA pada Kafe Mitro Kopi”

Sehubungan dengan hal tersebut, pihak kami juga bersedia jika nama dari kafe kami dicantumkan dalam laporan Tugas Akhir peneliti.


Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 19 Juni 2020

Hormat kami,

Gilang Adi Pangestu



Lampiran 18: Surat Pernyataan

 Jalan Stadion, Gedongan Lor, Wedomartani,
Kec. Ngemplak, Kabupaten Sleman
HP 081390964659

SURAT PERNYATAAN

Hal : Pernyataan
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Teknologi Industri UAJY
Dr. A. Teguh Siswantoro
Di Tempat

Dengan hormat
Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Gilang Adi Pangestu
Jabatan : Pimpinan


Menerangkan bahwa,
Nama : Anderson Sigalingging
No. Mahasiswa : 150608430
Prodi : Teknik Industri

Telah selesai melaksanakan penelitian di kafe kami sebagai syarat penyusunan Tugas Akhir dengan judul:

"Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan
Metode Servqual dan IPA pada Kafe Mitro Kopi"

Sehubungan dengan hal tersebut, pihak kami juga meminta maaf perihal tidak dimungkinkannya peneliti menyebar ulang kuisisioner kembali dalam upaya mengukur tingkat kualitas setelah proses implementasi solusi perbaikan dilaksanakan karena satu dan lain hal terutama terkait kondisi pandemi seperti sekarang ini.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 14 Juli 2020
Hormat kami,

Gilang Adi Pangestu

