



Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran Menggunakan Metode Servqual dan Kano

Richie Renaldi, Dewi Shofi Mulyati*

Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 11/8/2022

Revised : 16/11/2022

Published : 20/12/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 2

Halaman : 109-116

Terbitan : Desember 2022

ABSTRAK

Saat ini sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang kuliner. Salah satunya adalah Restoran X di Bandung, Jawa Barat. Tujuan utama pada Restoran X adalah memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan mendapatkan pengalaman yang baik dan berharap untuk kembali lagi. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan di Restoran X berdasarkan Metode ServQual (Service Quality) dan Metode Kano. Dalam hal kepuasan pelanggan, pendekatan dengan menggunakan Metode Service Quality dapat diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Metode Service Quality diukur berdasarkan GAP atau kesenjangan antara persepsi dan harapan. Sedangkan pada Metode Kano digunakan untuk mengkategorikan atribut agar dapat mengetahui atribut apa yang harus ditingkatkan, dipertahankan, dan diperhatikan serta dianggap mampu memenuhi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Metode Service Quality terhadap lima dimensi kualitas pelayanan yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy untuk GAP 5 ditemukan masih terdapat kesenjangan, dan nilai GAP terbesar terdapat pada dimensi responsiveness yaitu sebesar -1,067. Sedangkan pada nilai kualitas pelayanan tertinggi ditemukan pada dimensi assurance yaitu sebesar 0,790. Berdasarkan hasil integrasi Metode Service Quality dan Kano diketahui bahwa diantara 20 variabel yang diteliti, 5 direkomendasikan untuk ditingkatkan, 8 direkomendasikan untuk dipertahankan dan 7 direkomendasikan untuk diperhatikan.

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

ABSTRACT

Currently there are many companies engaged in the culinary field. One of them is X Restaurant in Bandung, West Java. The purpose of this study was to determine the quality of service at X Restaurant based on the ServQual Method (Quality of Service) and the Kano Method. The Service Quality method is measured based on the GAP or the gap between perceptions and expectations. While the Kano method is used to categorize attributes in order to find out what attributes must be improved, maintained, and considered and considered capable of meeting customer satisfaction. The results of research conducted using the Service Quality Method on five dimensions of service quality, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy for GAP 5, it was found that there were still gaps, and the largest GAP value was in the responsiveness dimension, namely -1,067. Meanwhile, the highest service quality value is found in the assurance dimension, which is 0.790. Based on the results of the integration of Service Quality and Kano Method, it is known that among the 20 variables studied, 5 are recommended to be improved, 8 are recommended to be maintained and 7 are recommended to be considered.

Keywords : Service Quality Method; Kano Method; Service Quality

© 2022 Jurnal Riset Teknik Industri Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Restoran X atau biasa disingkat “WOW” merupakan salah satu destinasi wisata kuliner yang ada di Bandung Jawa Barat. Tujuan utama dari Restoran X ialah memberi pelayanan yang terbaik supaya para pelanggan menerima pengalaman yang baik dan berharap untuk datang kembali. Hal yang menarik dari X adalah menawarkan pengembangan olahan sayap ayam dengan varian rasa yang berbeda tidak seperti restoran lain, serta inovasi hidangan lainnya yang mereka tawarkan dengan harga yang sangat terjangkau.

Menurut Gilbert dalam [1], kualitas suatu layanan secara keseluruhan terdiri dari tiga komponen utama, yaitu kualitas teknis, kualitas fungsional dan citra perusahaan. Kualitas teknis merupakan komponen yang mengacu pada kualitas pelayanan yang diterima konsumen. Kualitas fungsional merupakan komponen yang berhubungan dengan kualitas penyampaian suatu jasa. Citra perusahaan dipahami sebagai reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

Restoran adalah suatu tempat dimana tamu dapat membeli dan menikmati makanan dan minuman, yang akan dilayani oleh pramusaji [2].

Dineserv (*Dining Service*) adalah metode ServQual tetapi khusus untuk restoran [3]. Di ServQual, alat yang digunakan untuk mengukur kesenjangan antara apa yang dipikirkan konsumen dan apa yang disediakan restoran masih terlalu biasa. Di Dineserv, nilai distribusi 5 dimensi Servqual kini digunakan sebagai instrumen, yang dikembangkan dan disesuaikan dengan kondisi pelayanan, khususnya restoran.

ServQual (*Service Quality*) biasanya digunakan oleh manajemen perusahaan untuk melakukan pengukuran kualitas jasa untuk mengetahui bagaimana persepsi dan harapan yang diinginkan oleh konsumennya, manajemen perusahaan harus merasakan berada di dua belah posisi dimana sebagai pihak pengguna jasa bukan hanya saja sebagai penyedia jasa, karena perusahaan harus mampu mengevaluasi kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada konsumennya agar konsumen merasakan kepuasan dalam pelayanan, biasanya penelitian dilakukan pada sektor pelayanan jasa, model atau konsep nama ServQual sering disebut dengan istilah GAP, kualitas jasa akan menghasilkan suatu perbandingan antara harapan dan keinginan konsumennya [4].

Pada Metode Kano oleh Noriaki Kano, yang bermaksud dapat mengklasifikasikan atribut produk atau layanan berlandaskan seberapa bagus layanan tersebut dapat memuaskan keinginan konsumen. Metode Kano menemukan bahwa semua fungsi termasuk dalam kategori satu dimensi, di mana kinerja fungsional yang tinggi mengarah pada kepuasan pengguna yang tinggi [5]. Oleh karena itu, perbaikan/pengembangan sistem informasi akan difokuskan pada penambahan fungsi/fitur yang dapat membuat sistem informasi personal lebih menarik bagi pengguna.

Terdapat empat jenis skala yang biasa digunakan untuk menyatakan skala pengukuran [6], [7]. Pertama adalah Skala Likert, ke dua Skala Guttman, ke tiga Skala Semantik Diferensial, dan ke empat Skala Penilaian.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel [6]. Pada dasarnya teknik pengambilan sampel dikelompokkan menjadi dua bagian, pertama *probability sampling* dan kedua *non-probability sampling*. Pengambilan sampel *Probability sampling* mencakup pengambilan *simple random sampling*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random* dan *area random*. Pengambilan *non-probability sampling* mencakup sampling sistematis, sampling kuota, sampling *incidental*, *purposive sampling*, sampling jenuh dan *snowball sampling*

Uji kecukupan data diperlukan guna membantu dalam pengambilan sampling yang akan ditentukan, Ukuran sampel atau data yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500. Jika sampel atau data dibagi dalam kategori (contoh: pria-wanita, pegawai negeri/swasta, dll) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Sebagaimana dikemukakan oleh Baley dalam [8] yang menyatakan bahwa dalam penelitian yang menggunakan analisis data statistik ukuran sampel paling minimum adalah 30.

Uji validitas adalah suatu kemungkinan untuk menguji data yang digunakan sudah valid atau belum sesuai dengan ketepatan dan kesesuaiannya dalam pengukuran, berikut rumus pengujian validitasnya [9].

Uji reliabilitas yaitu cara untuk menentukan reliabilitas atau valid dari data yang digunakan, uji reliabilitas berguna untuk menentukan derajat konsistensi jawaban yang diberikan oleh responden. Variabel dinyatakan reliabel jika memiliki Crobach's alpha $> 0,60$ dan rumus berikut digunakan dalam uji reliabilitas [10].

X menyadari pentingnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran, serta mengetahui bahwa karyawan yang dimiliki kurang banyak ketika ramai terutama pada saat banyak ojek online yang datang, karyawan yang kurang tanggap dan cekatan serta terkadang terjadi error system pada fasilitas restoran yang dimiliki.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Restoran X kepada pelanggan” dan “Atribut pelayanan apa saja yang harus diperbaiki dan bagaimana usulan perbaikan untuk memenuhi keinginan pelanggan pada Restoran X?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: 1) Mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran X terhadap pelanggan; 2) Mengetahui atribut pelayanan yang harus diperbaiki dan memberikan usulan perbaikan Restoran X terhadap pelanggan.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Pelanggan Restoran X yang datang setiap harinya kurang lebih 150 orang.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu dengan simple random sampling, jumlah sampel penelitian sebanyak 50 pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode ServQual dan Kano.

C. Hasil dan Pembahasan

Metode ServQual

Perhitungan Nilai ServQual

Berikut adalah Hasil perhitungan nilai ServQual untuk seluruh pernyataan dapat dilihat pada Tabel 1. di bawah ini.

Tabel 1. Perhitungan Nilai *Score* ServQual

Kode	Variabel	Persepsi	Harapan	GAP (P-H)
Bukti Fisik (Tangible)				
P1	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin, dan wifi)	3,320	4,040	-0,720
P2	Penampilan karyawan Wingz O Wingz rapi dan menarik	3,000	3,960	-0,960
P3	Area lingkungan dan ruangan Wingz O Wingz nyaman dan bersih	3,020	4,240	-1,220
P4	Pelanggan merasa mudah saat melakukan pembayaran dengan cash atau debit	2,940	4,120	-1,180
P5	Peralatan makan bersih dan higienis	3,340	4,060	-0,720
P6	Fasilitas tempat parkir yang luas dan nyaman	3,420	4,380	-0,960
Kehandalan (Reliability)				
P7	Perhitungan tagihan (bill) Wingz O Wingz akurat sesuai dengan pesanan pelanggan	3,460	4,040	-0,580
P8	Pelayanan Wingz O Wingz cepat dan handal	3,060	4,320	-1,260
P9	Waktu operasional Wingz O Wingz tepat waktu	3,020	4,000	-0,980
P10	Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan	3,280	3,920	-0,640
Daya tanggap (Responsiveness)				
P11	Karyawan Wingz O Wingz tanggap dan cekatan ketika dipanggil pelanggan	3,200	4,180	-0,980
P12	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan take away (bungkus)	3,000	4,340	-1,340
P13	Kemudahan dalam memesan menu makanan	3,440	4,320	-0,880
Jaminan (Assurance)				
P14	Karyawan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan baik langsung maupun melalui telepon	3,400	4,360	-0,960
P15	Pihak restoran memberikan jaminan atas makanan yang tidak sesuai dengan yang di pesan, dengan menggantinya dengan makanan yang baru	3,240	4,000	-0,760
P16	Menyajikan makanan dan minuman yang halal	3,180	4,000	-0,820
P17	Terjaminnya kendaraan di tempat parkir	2,940	3,800	-0,860

Tabel 1. Perhitungan Nilai Score ServQual (Lanjutan)

Kode	Variabel	Persepsi	Harapan	GAP (P-H)
Empati (Emphaty)				
P18	Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan	3,380	4,380	-1,000
P19	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	3,120	4,140	-1,020
P20	Karyawan melayani pelanggan dengan tidak memandang status sosial	3,160	4,220	-1,060

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan nilai ServQual pada Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil GAP atau kesenjangan antara persepsi dan harapan dari responden kebanyakan mendapatkan hasil yang negatif, itu berarti pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Dari Tabel 1. di atas dapat dilihat bahwa nilai GAP negatif terbesar pertama adalah atribut “Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan *take away* (bungkus) (P12)” dengan *score GAP* sebesar -1,340. Kemudian nilai *GAP* negatif terbesar kedua adalah “Pelayanan X cepat dan handal (P8)” dengan *score GAP* -1,260. Untuk nilai *GAP* negatif paling terkecil ialah “Perhitungan tagihan (*bill*) X akurat sesuai dengan pesanan pelanggan (P7)” dengan *score* -0,580. Sedangkan atribut dengan nilai *GAP* negatif terkecil berikutnya adalah “Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan (P10)” dengan *score* -0,640. Dari tabel 1. diatas dapat dilihat bahwa semua atribut yang dijadikan alat ukur pada penelitian ini memiliki nilai negatif, yang berarti bahwa masih terdapat atribut yang belum sesuai dengan harapan dari pelanggan

Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi

Kualitas pelayanan setiap dimensi dilakukan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Restoran X kepada pelanggan sesuai dengan dimensi yang telah ditentukan menggunakan rumus Q yang apabila jika $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan dikatakan baik berikut Tabel 2. yang menjelaskan hasil kualitas pelayanan setiap dimensi.

Tabel 2. Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi

No.	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Q = P/H
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	3,173	4,133	-0,960	0,768
2.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	3,205	4,070	-0,865	0,787
3.	<i>Reponsivenees</i> (Daya tanggap)	3,213	4,280	-1,067	0,756
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	3,190	4,040	-0,850	0,790
5.	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	3,220	4,247	-1,027	0,758

Berdasarkan Tabel 2. dapat diketahui bahwa rata-rata nilai setiap dimensi belum memenuhi kepuasan pelanggan karena nilai $Q > 1$. nilai Q diatas memiliki nilai rata-rata sebesar 0,771, maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan belum dapat dikatakan baik.

Metode Kano

Menentukan Klasifikasi Atribut Berdasarkan Metode Kano

Untuk menentukan kategori Kano, dari jawaban masing-masing atribut berdasarkan tipe fungsional dan disfungsional, dilakukan dengan menentukan titik nilai responden pada setiap nilai atribut fungsional dan fungsional, sehingga diperoleh satu titik kesamaan untuk mengidentifikasi sifat dalam Metode Kano. Setelah menentukan klasifikasi fungsional dan disfungsional, diimplementasikan untuk mengelompokkan kategori dari setiap atribut pernyataan dan menghitung hasil klasifikasi yang diperoleh, sehingga langkah ini hanya menentukan jumlah kategori kano untuk setiap atribut terhadap hasil semua responden. Berikut ini adalah rekapitulasi hasil perhitungan tabel kano secara lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Tabulasi Setiap Atribut Pelayanan Kategori Kano

No.	Atribut	M	O	A	I	R	Q	O+A+M	I+R+Q	TOTAL
1	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin, dan <i>Wifi</i>)	6	16	10	18	0	0	32	18	50
2	Penampilan karyawan X rapi dan menarik	2	4	24	20	0	0	30	20	50
3	Area lingkungan dan ruangan X nyaman dan bersih	17	5	15	13	0	0	37	13	50
4	Pelanggan merasa mudah saat melakukan pembayaran dengan <i>cash</i> atau debit	18	4	14	14	0	0	36	14	50
5	Peralatan makan bersih dan higienis	2	16	13	19	0	0	31	19	50
6	Fasilitas tempat parkir yang luas dan nyaman	5	15	12	18	0	0	32	18	50
7	Perhitungan tagihan (bill) X akurat sesuai dengan pesanan pelanggan	5	2	21	22	0	0	28	22	50
8	Pelayanan X cepat dan handal	20	2	7	21	0	0	29	21	50
9	Waktu operasional X tepat waktu	4	3	20	23	0	0	27	23	50
10	Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan	4	16	11	19	0	0	31	19	50
11	Karyawan X tanggap dan cekatan ketika dipanggil pelanggan	7	17	6	20	0	0	30	20	50
12	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan <i>take away</i> (bungkus)	22	1	15	12	0	0	38	12	50
13	Kemudahan dalam memesan menu makanan	6	17	11	16	0	0	34	16	50
14	Karyawan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan baik langsung maupun melalui telepon	12	14	12	12	0	0	38	12	50
15	Pihak restoran memberikan jaminan atas makanan yang tidak sesuai dengan yang di pesan, dengan menggantinya dengan makanan yang baru	7	4	17	22	0	0	28	22	50
16	Menyajikan makanan dan minuman yang halal	1	2	25	22	0	0	28	22	50
17	Terjaminnya kendaraan di tempat parkir	5	4	21	20	0	0	30	20	50
18	Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan	4	3	20	23	0	0	27	23	50
19	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	10	2	18	20	0	0	30	20	50
20	Karyawan melayani pelanggan dengan tidak memandang status sosial	16	3	15	16	0	0	34	16	50

Setelah menentukan kebutuhan pelanggan sesuai dengan kategori Kano, Langkah selanjutnya yaitu melakukan perhitungan menggunakan *Blauth's Formula*. Perhitungan ini dilakukan untuk menentukan kategori dari 20 atribut yang ada dengan ketentuan sebagai berikut: 1) Jika (one dimensional + attractive + must-be) > (indifferent + reverse + questionable), maka grade diperoleh dari nilai yang paling maksimum dari (one dimensional, attractive, must-be); 2) Jika (one dimensional + attractive + must-be) < (indifferent + reverse + questionable), maka grade diperoleh dari nilai yang paling maksimum dari (indifferent, reverse, questionable); 3) Jika (one dimensional + attractive + must-be) = (indifferent + reverse + questionable), maka grade diperoleh dari nilai yang paling maksimum di antara (one dimensional, attractive, must-be, indifferent, reverse, questionable).

Tabel 4. Penentuan Kategori Kano

Dimensi	Kode	Variabel	Kategori Kano
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	P1	Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin, dan Wifi)	<i>One dimensional</i>
	P2	Penampilan karyawan X rapi dan menarik	<i>Attractive</i>
	P3	Area lingkungan dan ruangan X nyaman dan bersih	<i>Must Be</i>
	P4	Pelanggan merasa mudah saat melakukan pembayaran dengan <i>cash</i> atau debit	<i>Must Be</i>
	P5	Peralatan makan bersih dan higienis	<i>One dimensional</i>
	P6	Fasilitas tempat parkir yang luas dan nyaman	<i>One dimensional</i>
Kehandalan (<i>Reliability</i>)	P7	Perhitungan tagihan (<i>bill</i>) X akurat sesuai dengan pesanan pelanggan	<i>Attractive</i>
	P8	Pelayanan X cepat dan handal	<i>Must Be</i>
	P9	Waktu operasional X tepat waktu	<i>Attractive</i>
	P10	Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan	<i>One dimensional</i>
Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	P11	Karyawan X tanggap dan cekatan ketika dipanggil pelanggan	<i>One dimensional</i>
	P12	Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan <i>take away</i> (bungkus)	<i>Must Be</i>
	P13	Kemudahan dalam memesan menu makanan	<i>One dimensional</i>
Jaminan (<i>Assurance</i>)	P14	Karyawan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan baik langsung maupun melalui telepon.	<i>Attractive</i>
	P15	Pihak restoran memberikan jaminan atas makanan yang tidak sesuai dengan yang di pesan, dengan menggantinya dengan makanan yang baru	<i>Attractive</i>
	P16	Menyajikan makanan dan minuman yang halal	<i>One dimensional</i>
	P17	Terjaminnya kendaraan di tempat parkir	<i>Attractive</i>
Empati (<i>Emphaty</i>)	P18	Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan	<i>Attractive</i>
	P19	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan	<i>Attractive</i>
	P20	Karyawan melayani pelanggan dengan tidak memandang status sosial	<i>Must Be</i>

Berdasarkan penyebaran kuesioner tertutup, mayoritas responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini adalah laki-laki (66%). Jika dilihat dari faktor usia, mayoritas responden yang mengisi kuesioner ini adalah responden berusia 26 - 35 tahun (46%). Jika dilihat dari faktor pendidikan, mayoritas responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir di S1 (48%). Sedangkan mayoritas responden yang mengisi

kuesioner pada penelitian ini adalah responden yang melakukan pembelian di X sebanyak 2-3 kali dalam seminggu (40%).

Pada Tabel 4. di atas terlihat bahwa atribut-atribut yang termasuk dalam kategori “*must be*”. Dalam kategori ini terdapat dimensi *tangibles* yaitu “Area lingkungan dan ruangan X nyaman dan bersih” dengan usulan perbaikan yang diberikan serta “Pelanggan merasa mudah saat melakukan pembayaran dengan *cash* atau debit”, untuk dimensi *reliability* yaitu “Pelayanan X cepat dan handal”, pada dimensi *responsiveness* yaitu “Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan *take away* (bungkus)”, dan dimensi *emphaty* yaitu “Karyawan melayani pelanggan dengan tidak memandang status sosial.”

Pada Tabel 4. di atas terlihat bahwa atribut-atribut yang termasuk kategori *one dimensional*. Dalam kategori ini terdapat dimensi *tangibles* yaitu atribut Tersedianya fasilitas penunjang (AC/kipas angin, dan *Wifi*), Peralatan makan yang bersih dan higienis, dan Fasilitas parkir Restoran X yang luas dan nyaman. Lalu pada dimensi *reliability* yaitu Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan. Sedangkan pada dimensi *Responsiveness* yaitu Karyawan X tanggap dan cekatan ketika dipanggil pelanggan dan Kemudahan dalam memesan menu makanan. Terakhir pada dimensi *Assurance* yaitu Karyawan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan baik langsung maupun melalui telepon, serta Terjaminnya kendaraan di tempat parkir.

Pada Tabel 4. di atas terlihat bahwa atribut-atribut yang termasuk kategori *attractive*. Dalam kategori ini terdapat dimensi *tangibles* yaitu atribut Penampilan karyawan X rapi dan menarik. Pada dimensi *reliability* adalah Perhitungan tagihan (*bill*) X akurat sesuai dengan pesanan pelanggan dan Waktu operasional X tepat waktu. Dalam dimensi *assurance* adalah Menyajikan makanan dan minuman yang halal dan Pihak restoran memberikan jaminan atas makanan yang tidak sesuai dengan yang di pesan, dengan menggantinya dengan makanan yang baru, Terakhir pada dimensi *emphaty* yaitu Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan dan Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut: 1) Berdasarkan identifikasi hasil perhitungan dengan menggunakan Metode *Service Quality*, dapat diketahui pada Tabel 1. menunjukkan bahwa hasil dari *GAP* antara persepsi dan harapan pelanggan mendapatkan rata-rata nilai negatif. Dan hasil dari lima dimensi yang ditentukan didapatkan hasil pada dimensi *tangibles* sebesar 0,768 pada dimensi *reliability* sebesar 0,787, dimensi *responsiveness* sebesar 0,756, dimensi *assurance* sebesar 0,790 dan dimensi *emphaty* sebesar 0,758 maka kualitas pelayanan dapat disimpulkan dari hasil $Q > 1$ yang berarti pelanggan belum merasa puas akan pelayanan yang diberikan; 2) Berdasarkan pada hasil analisis dengan Metode Kano terdapat beberapa atribut yang harus dilakukan perbaikan dan peningkatan pada Restoran X.

Kategori *Must Be* (Ditingkatkan)

Kategori *must be* pada dimensi *responsiveness* dengan atribut Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan *take away* (bungkus) (P12) memiliki nilai *GAP* sebesar -1,340. Usulan perbaikan yang diberikan yaitu sebaiknya pihak Restoran X menambah jumlah pekerja untuk bertugas di ruang depan restoran agar dapat menangani para pesanan *take away*. Jika hal ini terjadi ketika banyaknya pesanan *take away* maka akan terlayani dengan baik, dan tetap perlu dilakukan pelatihan pada staff untuk melayani proses *take away* dengan teratur.

Kategori *One Dimensional* (Dipertahankan)

Kategori *one dimensional* pada dimensi *reliability* dengan yaitu Karyawan X tanggap dan cekatan ketika dipanggil pelanggan (P11) dengan nilai -0,980, usulan perbaikan yang diberikan yaitu melakukan penempatan karyawan lebih dekat ke meja pelanggan, yang berarti karyawan perlu menyebar ke setiap sudut restoran. Karena akan cepat dan efisien untuk mengurangi tenaga pelanggan dalam mencari karyawan.

Kategori *Attractive* (Diperhatikan)

Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan (P19) dengan nilai -1,020, Untuk memperbaiki kesalahan ini harus dilakukan pelatihan dalam menangani keluhan pelanggan dengan meningkatkan sikap seperti melayani pelanggan dengan hormat, menyapa dengan wajah ramah dan memberikan senyum serta mempersilahkan mereka untuk duduk dan bertanya apa yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini dapat menciptakan rasa profesionalisme dalam melayani pelanggan.

Daftar Pustaka

- [1] D. J. Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- [2] A. Mertayasa and I. Gede, "Food and beverage service operational," Yogyakarta: Andi, 2012.
- [3] A. Paramitha, "STUDI DESKRIPTIF DINESERV WARUNG LEKO CABANG BONET MENURUT PERSEPSI PELANGGAN YANG BERDOMISILI DI SURABAYA," *Calyptra J. Ilm. Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 2, no. 1, 2013.
- [4] T. Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, Qfd, Dan Kano: Disertasi Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*, 2nd ed. Jakarta: PT Indeks, 2011.
- [5] I. Rahmayuni, H. Humaira, and D. Defni, "Pemanfaatan Metode Kano Untuk Menilai Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Fungsionalitas Sistem Informasi Kepegawaian (Studi Kasus: AKNP Pelalawan)," *INOVTEK Polbeng - Seri Inform.*, vol. 1, no. 2, p. 133, Nov. 2016, doi: 10.35314/isi.v1i2.132.
- [6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV, 2013.
- [7] A. Rozaq, R. K. Hardinto, R. Yunida, and P. Padli, "<title/>," *POSITIF J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 3, no. 1, p. 25, Jul. 2017, doi: 10.31961/positif.v3i1.365.
- [8] Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- [9] F. Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif," *J. Tarb. J. Ilm. Kependidikan*, vol. 7, no. 1, Jul. 2018, doi: 10.18592/tarbiyah.v7i1.2100.
- [10] I. Susanti, "EVALUASI KUALITAS LAYANAN JASA SERTIFIKASI TINGKAT KOMPONEN DALAM NEGERI (TKDN) DI PT. SUCOFINDO (PERSERO)," *J. PASTI (Penelitian dan Apl. Sist. dan Tek. Ind.*, vol. 10, no. 1, pp. 89–97, 2016.