

**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI
KASUS PADA LOY CAFÉ)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi

**Oleh:
Amirah Nur Azahra
2016130095**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI
Terakreditasi oleh BAN-PT No. 1789/SK/BAN-
PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**OPERATIONAL REVIEW OF SERVICE QUALITY
TO INCREASE CUSTOMER SATISFACTION
(CASE STUDY ON LOY CAFÉ)**



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Accounting*

**By
Amirah Nur Azahra
2016130095**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN ACCOUNTING
Accredited by National Accreditation Agency
No. 1789/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA AKUNTANSI**



PERSETUJUAN SKRIPSI


**PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN JASA DALAM UPAYA
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA LOY CAFÉ)**

Oleh:

Amirah Nur Azahra
2016130095

Bandung, Juli 2021

Ketua Program Sarjana Akuntansi,


Felisia SE., M.Ak., CMA

Pembimbing Skripsi,



Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak., Ak., CISA., CA.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Amirah Nur Azahra
Tempat, tanggal lahir : Serang, 14 Juni 1998
NPM : 2016130095
Program studi : Akuntansi
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PEMERIKSAAN OPERASIONAL TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
JASA DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA LOY CAFÉ)

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Dr. Amelia Setiawan, S.E.,
M.Ak., Ak., CISA., CA.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003. Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 26 Juli 2021

Pembuat pernyataan :



(Amirah Nur Azahra)

ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai kota yang memiliki daya tarik tersendiri terutama dari keberagaman kulinernya sehingga sejak dahulu dikenal sebagai kota wisata kuliner. Pertumbuhan bisnis kuliner di Bandung semakin berkembang terbukti dengan semakin banyaknya dijumpai *Café* atau resto dengan berbagai macam konsep yang unik dan bervariasi, sehingga persaingan dalam industri kuliner khususnya *Café* semakin ketat, oleh karena itu setiap *Café* di Bandung dituntut untuk memiliki keunikan dan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Keunggulan kompetitif perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, salah satunya melalui tingkat kepuasan pelanggan. Karena saat ini, pada tahun 2020, penilaian publik terhadap suatu *Café* tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan atau minuman tetapi juga memperhatikan aspek kenyamanan dan kualitas pelayanannya. Oleh karena itu kualitas pelayanan jasa merupakan faktor penting agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang. Maka dari itu perlu dilakukan pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan jasa yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pemeriksaan operasional adalah suatu proses untuk menganalisis dan mengevaluasi efisiensi, efektivitas, dan ekonomis dari kegiatan operasional perusahaan. Kualitas pelayanan jasa adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan merasa bahwa individu, perusahaan atau organisasi telah secara efektif menyediakan produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu hasil wawancara, observasi dan kuesioner dan data sekunder yaitu data Loy *Café*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi lapangan dan studi literatur. Teknik pengolahan data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Hasil kuesioner akan dinilai dan dianalisis untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan.

Peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang berinteraksi dalam aktivitas pelayanan jasa serta melakukan observasi untuk mengetahui aktivitas pelayanan yang dilakukan Loy *Café* secara umum telah meadai dari segi kualitas pelayanan jasa. Peneliti membagikan kuesioner mengenai kualitas pelayanan jasa kepada 100 responden. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner yang dilakukan pada Loy *Café* sebagai objek penelitian, peneliti menemuka kelemahan pada beberapa dimensi kualitas pelayanan jasa. Berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan jasa secara keseluruhan skor rata-rata sebesar 82,52%, dimensi *tangibles* 83,6%, dimensi *reliability* 83,07%, dimensi *responsiveness* 83,07%, dimensi *assurance* 82,20% dan dimensi *emphaty* 80,60%. Perusahaan belum pernah melakukan pemeriksaan operasional maupun evaluasi kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan selama ini. Berdasarkan kelemahan yang ditemukan, terdapat beberapa rekomendasi dan saran yang dapat dilakukan *café* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pemeriksaan operasional terhadap kualitas pelayanan jasa harus dilakukan secara berkala dan rutin agar *café* dapat mengidentifikasi kelemahan yang ada dan melakukan perbaikan terus-menerus agar kepuasan pelanggan meningkat.

Kata kunci : pemeriksaan operasional, kualitas pelayanan jasa, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Bandung is known as a city that has its own attractiveness, especially from its culinary diversity, so it has long been known as a culinary tourism city. The growth of the culinary business in Bandung is rapidly growing as known by the increasing number of cafes or restaurants with a variety of unique and varied concepts, so that competition in the culinary industry, especially Cafés, becomes increasingly fierce., therefore every Café in Bandung are required to have a unique and competitive advantage in order to compete with other competitors. The company's competitive advantage can be measured in various ways, one of which is through the level of customer satisfaction. Because at this time, in 2020, the public's rating of a Café is not only determined by the taste in the food or drink but also pays attention to aspects of comfort and quality of service. Therefore the quality of service is an important factor for the sustainability of a company. Therefore, it is necessary to carry out an operational examination of the quality of services that are expected to increase customer satisfaction.

Operational review is a process to analyze and evaluate the efficiency, effectiveness, and economical of the company's operational activities. Service quality is everything that is expected by the customer so that the company can meet the wishes and needs of customers. Customer satisfaction is the extent to which the customer feels that the individual, company or organization has effectively provided a product or service that satisfies the customer's needs.

The method used in this research is a descriptive study. Datasources used in this research are primary data, that are the results of interviews, observations and questionnaires, and secondary data in this research, that's iscLoy Café informations. Data collection techniques in this research are field studies and literature studies. Data processing techniques used is qualitative and quantitative analysis. The results of the questionnaire would be assessed and analyzed to determine the customer's ratings of the quality of services provided.

Researchers conducted interviews with parties who interacted in service activities and conducted observations to find out service activities conducted by Loy Café were generally adequate in terms of service quality. Researchers distributed questionnaires about the quality of service to 100 respondents. Based on the results of interviews, observations, and questionnaires conducted at Loy Café as the object of research, researchers found weaknesses in several dimensions of service quality. Based on the five dimensions of service quality, the average score is 82.52%, the tangibles dimension is 83.6%, the reliability dimension is 83.07%, the responsiveness dimension is 83.07%, the assurance dimension is 82.20% and the empathy dimension is 80, 60%. The company has never conducted an operational examination or evaluation of service quality so that it does not realize that there are weakness in the quality of services provided so far. Based on the weaknesses found, there are several recommendations and suggestions that cafes can do to increase customer satisfaction. Operational checks on service quality must be carried out regularly and routinely so that the cafe can identify existing weaknesses and make continuous improvements to increase customer satisfaction.

Keywords : operational review, service quality, customer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Prertama-tama puji dan syukur kepada Allah Swt, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini berjudul “Pemeriksaan Operasional terhadap Kualitas Pelayanan Jasa dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Loy Café) diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti sangat menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat selesai apabila tidak ada bantuan dan kerjasama dari berbagai pihak. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak tersebut yang telah membantu dan memberi dukungan peneliti selama proses perkuliahan sampai dengan proses penulisan skripsi. Ungkapan terimakasih peneliti ucapkan kepada:

1. Allah Swt yang selalu menyertai dan tak henti-hentinya memberikan berkat, rahmat, dan kasih-Nya sampai saat ini.
2. Mama dan Ayah selaku orang tua dari peneliti yang dengan sabar selalu mendukung, memberikan semangat dan kasih sayang, mendoakan dan mengusahakan yang terbaik untuk anak-anaknya. Terimakasih untuk segalanya.
3. Arina Nuur Azizah selaku kaka dari peneliti yang selalu memberi dukungan, motivasi, dan semangat juga doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak., Ak., CISA., CA. selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan, bimbingan, perhatian, semangat, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih juga untuk seluruh pengetahuan, waktu, tenaga, dan semua informasi yang diberikan.
5. Ibu Felisia, SE., M.Ak., AMA., CMA selaku ketua program studi Akuntansi.
6. Bapak Agustinus SE., M.Ak., Ak., CA selaku dosen wali yang selalu memberikan bimbingan untuk menentukan pilihan matakuliah selama masa perkuliahan ini.
7. Bapak Samuel Wirawan, S.E., M.M., Ak. selaku dosen mata kuliah Audit Manajemen.
8. Para dosen penguji sidang sarjana.
9. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada peneliti selama masa perkuliahan.

10. Ka Mauriska selaku pemilik dari Loy Café yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
11. Terima kasih kepada seluruh karyawan Loy Café yang telah terlibat memberikan informasi, bantuan, dukungan selama penyusunan skripsi ini.
12. Elfira Damayanti selaku saudara peneliti yang telah menjadi tempat berkeluh kesah selama proses mengerjakan skripsi. Terima kasih atas doa, semangat, kebaikannya, kesabarannya.
13. Farah Aulia selaku saudara peneliti yang telah memberi dukungan atas penyusunan skripsi ini.
14. Maudy Dwi Hardina, Salsabila Nadhira, dan Zahra Nafhani selaku teman baik peneliti yang menjadi teman seperjuangan selama perkuliahan dan selama menyusun skripsi ini yang telah membantu dan memberi dukungan kepada peneliti.
15. Terima kasih kepada Nidya, Rika, Salsabila, Maudy, Esther, Yola, Sarah, Ivone selaku teman dekat peneliti yang telah mengisi hari-hari peneliti sejak awal perkuliahan. Terima kasih atas semangat, perhatian, hiburan, drama, kenangan selama perkuliahan. Semoga kalian semua sukses ya!
16. Teman-teman akuntansi UNPAR 2016 yang memberikan dukungan dan kerja sama selama masa perkuliahan.
17. Terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang turut berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Dikarenakan peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, maka dari itu peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga Skripsi ini dapat memberi wawasan tentang pemeriksaan operasional, kualitas pelayanan jasa, dan kepuasan pelanggan bagi para pembaca.

Bandung, Juli 2021



Amirah Nur Azahra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1.PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
BAB 2.TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Pemeriksaan	9
2.1.1 Pengertian Pemeriksaan	9
2.1.2 Jenis Pemeriksaan	9
2.2. Pemeriksaan Operasional	10
2.2.1. Tujuan Pemeriksaan Operasional.....	11
2.2.2. Manfaat Pemeriksaan Operasional.....	12
2.2.3. Tahapan Pemeriksaan Operasional	13
2.2.4. Efektivitas, Efisiensi, dan Ekonomis	17
2.3. Kualitas	17
2.4. Jasa	18
2.4.1. Pengertian Jasa	18
2.4.2. Karakteristik Jasa	18
2.4.3. Kualitas Pelayanan Jasa	18
2.4.4. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa.....	19
2.5. Kepuasan Pelanggan	20
2.5.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	20
2.5.2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	20
2.5.3. Ciri-Ciri Kepuasan Pelanggan.....	21
2.5.4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	21

BAB 3.METODE DAN OBJEK PENELITIAN	23
3.1. Metode Penelitian.....	23
3.2. Sumber Data.....	23
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	25
3.2.3 Teknik Pengolahan Data	31
3.3. Objek Penelitian dan Periode Penelitian	33
3.4. Populasi dan Sampel	34
3.5. Sejarah Singkat Perusahaan	35
3.5.1 Struktur Organisasi Perusahaan	35
3.5.2 <i>Job Description</i> Perusahaan.....	35
3.6. Gambaran Umum Aktivitas Perusahaan	37
BAB 4.HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Tahap Perencanaan (<i>Planning Phase</i>)	39
4.2. Tahap Program Kerja (<i>Work Program Phase</i>).....	43
4.3. Tahap Pemeriksaan Lapangan (<i>Field Work Phase</i>).....	46
4.3.1.Hasil wawancara mengenai kebijakan dan prosedur yang diterapkan Loy <i>Café</i> terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.	46
4.3.2.Membagikan kuesioner kepada pelanggan dan menganalisis hasil kuesioner tersebut.	58
4.4 Tahap Pengembangan Temuan dan Rekomendasi (<i>Development of Review Findings and Recommendation Phase</i>)	121
4.5 Peranan Pemeriksaan Operasional terhadap Kualitas Pelayanan Jasa dalam Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	127
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	131
5.1. Kesimpulan	131
5.2. Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
RIWAYAT HIDUP PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	26
Tabel 3.2. Kategori Jawaban Kueisoner	32
Tabel 3.3. Kriteria Penilaian Bobot Kuesioner	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Bagan Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 3.1.	Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 3.2.	Bagan Struktur Organisasi Loy Cafe	35
Gambar 4.1.	Hari Kunjungan ketika Responden Mengisi Kuesioner.....	60
Gambar 4.2.	Waktu Kunjungan ketika Responden Mengisi Kuesioner	60
Gambar 4.3.	Jenis Kelamin Responden	62
Gambar 4.4.	Umur Responden.....	62
Gambar 4.5.	Frekuensi Responden Berkunjung ke Cafe Selama Tiga Bulan Terakhir	63
Gambar 4.6.	Tujuan Responden Berkunjung ke Loy Cafe	64
Gambar 4.7.	Sumber Informasi Responden Mengetahui Cafe	66
Gambar 4.8.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Café karena Lokasi yang Mudah Diakses.....	67
Gambar 4.9.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Harga yang Ditawarkan Relatif Wajar	68
Gambar 4.10.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Kualitas Makanan dan Minuman yang Diberikan Memuaskan	69
Gambar 4.11.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Kualitas Pelayanan Jasa yang Diberikan Memuaskan Sumber: Data hasil kuesioner olahan peneliti.....	70
Gambar 4.12.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Suasana Cafe yang Nyaman	72
Gambar 4.13.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	73
Gambar 4.14.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe Karena Design Interior Cafe yang Menarik.....	74
Gambar 4.15.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Variasi Menu yang Banyak.....	75
Gambar 4.16.	Pertimbangan Responden Memilih Loy Cafe karena Lain-lain.....	76

Gambar 4.17. Penilaian Responden terhadap Keadaan Cafe Secara Keseluruhan Bersih dan Nyaman	79
Gambar 4.18. Penilaian Responden terhadap Ruangan Cafe Memilkki Design Interior yang Menarik	80
Gambar 4.19. Penilaian Responden terhadap Fasilitas Perlengkapan Makan yang Disediakan Lengkap, Bersih, dan Dalam Keadaan Baik	81
Gambar 4.20. Penilaian Responden terhadap Penampilan Waiters Rapi dan Bersih	82
Gambar 4.21. Penilaian Responden terhadap Suasana Cafe yang Nyaman	83
Gambar 4.22. Penilaian Responden terhadap Karyawan telah Memberikan Pelayanan yang Memuaskan Mulai dari Pelanggan Datang hingga Pulang.....	86
Gambar 4.23. Penilaian Responden terhadap Item Pesanan pada Struk sudah Sesuai dengan Pesanan yang Dipesan.....	87
Gambar 4.24. Penilaian Responden terhadap Makanan yang Diantar Sudah Sesuai dengan Pesanan.....	88
Gambar 4.25. Penilaian Responden terhadap Rasa Makanan dan Minuman yang Disajikan Enak	89
Gambar 4.26. Penilaian Responden terhadap Menu yang Ditawarkan Variatif.	90
Gambar 4.27. Penilaian Responden terhadap Harga Makanan <i>Worth It</i>	91
Gambar 4.28. Penilaian Responden terhadap Karyawan Memberikan Bantuan dengan Cepat ketika Pelanggan Meminta Bantuan.....	93
Gambar 4.29. Penilaian Responden terhadap Karyawan Bersedia Membantu Pelanggan ketika Membutuhkan Bantuan.....	94
Gambar 4.30. Penilaian Responden terhadap Pesanan Makana dan Minuman Disajikan dengan Cepat.....	95
Gambar 4.31. Penilaian Responden terhadap Karyawan Menyelesaikan Keluhan Pelanggan denga Cepat	96
Gambar 4.32. Penilaian Responden terhadap Karyawan Menyiapkan tentang Tagihan (<i>bill</i>) dengan Cepat.....	97
Gambar 4.33. Penilaian Responden terhadap Karyawan dapat Menjelaskan Menu dengan Jelas	99

Gambar 4.34. Penilaian Responden terhadap Karyawan Bersikap Ramah dan Sopan.....	100
Gambar 4.35. Penilaian Responden terhadap Loy Cafe Menjamin Keamanan dan Identitas Data Pelanggan saat Bertransaksi.....	101
Gambar 4.36. Penilaian Responden terhadap Loy Cafe selalu Menjaga Kebersihan dan Kesegaran Makanan dan Minuman.....	102
Gambar 4.37. Penilaian Responden terhadap Karyawan Memberikan Perhatian Serius Terhadap Pelanggan	104
Gambar 4.38. Penilaian Responden terhadap Karyawan telah Mendahulukan Kepentingan Pelanggan.....	105
Gambar 4.39. Penilaian Responden terhadap Karyawan telah Memberikan Perhatian Kepada Pelanggan.....	106
Gambar 4.40. Penilaian Responden terhadap Karyawan telah Menunjukkan Kepedulian Kepada Pelanggan	107
Gambar 4.41. Penilaian Responden terhadap Loy Cafe Memiliki Menu Makanan dan Minuman yang Bervariasi	109
Gambar 4.42. Penilaian Responden terhadap Makanan yang Disajikan telah Diolah Secara Baik dan Higienis	110
Gambar 4.43. Penilaian Responden terhadap Makanan yang Disajikan selalu Segar dari Segi Tekstur, Rasa, dan Aroma	111
Gambar 4.44. Penilaian terhadap Makanan yang Disajikan Memiliki Komposisi Warna yang Menarik dan Menambah Nafsu Makan	112
Gambar 4.45. Penilaian Responden Mengenai Pelayanan Jasa yang Diberikan Loy Cafe Secara KeseluruhanTelah Sesuai dengan Harapan dari Responden.....	115
Gambar 4.46. Penilaian Responden Mengenai Kepuasan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Jasa yang Telah Diberikan oleh Loy Cafe.....	117
Gambar 4.47. Penilaian Responden Mengenai Keinginan untuk Kembali Makan di Loy Cafe.....	118
Gambar 4.48. Penilaian Responden Mengenai Keinginan Responden untuk Merekomendasikan Loy Cafe kepada Keluarga/Teman/Lainnya..	119

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 Hasil Wawancara dengan Pemilik Perusahaan pada *Planning Phase* (Tahap Perencanaan)
- LAMPIRAN 2 Hasil Observasi pada *Planning Phase* (Tahap Perencanaan)
- LAMPIRAN 3 Hasil Wawancara dengan Pemilik Perusahaan pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 4 Hasil Wawancara dengan *Waiters* pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 5 Hasil Wawancara dengan Kasir pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 6 Hasil Wawancara dengan Barista pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 7 Hasil Wawancara dengan Karyawan Bagian Dapur pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 8 Hasil Observasi pada *Field Work Phase* (Tahap Pemeriksaan Lapangan)
- LAMPIRAN 9 Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa
- LAMPIRAN 10 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Terkait Profil Responden dan Alasan Responden Memilih Loy Cafe sebagai Tempat Makan
- LAMPIRAN 11 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Tangibles*
- LAMPIRAN 12 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Reliability*
- LAMPIRAN 13 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Responsiveness*
- LAMPIRAN 14 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Dimensi *Assurance*
- LAMPIRAN 15 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pelayanan Jasa Dimensi *Empathy*
- LAMPIRAN 16 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Produk

LAMPIRAN 17 Rekapitulasi Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Jasa Terkait
Kesimpulan, serta Kritik dan Saran dari Responden

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kota Bandung dikenal sebagai kota yang memiliki daya tarik tersendiri terutama dari keberagaman kulinernya yang mampu menarik wisatawan sehingga, Bandung sejak dahulu dikenal sebagai kota wisata kuliner. Berdasarkan informasi dari media masa *Kompas*, Kementerian Pariwisata (Kemenpar) terus meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia. Salah satunya dengan menetapkan tiga destinasi wisata kuliner yakni Bali, Bandung dan Joglosemar (Yogyakarta, Solo, Semarang). Pertumbuhan bisnis kuliner di Bandung yang semakin berkembang terbukti dengan semakin banyaknya dijumpai *Café* atau resto dengan berbagai macam konsep yang unik dan bervariasi. Sehubungan dengan hal ini, dari sejumlah usaha kuliner yang berkembang cepat di Bandung, usaha yang memiliki prospek yang baik salah satunya adalah usaha *Café* yang menyuguhkan minuman kopi atau yang biasa disebut *coffee shop* yang sedang menjamur di Kota Bandung. Menjamurnya *coffee shop* ini jelas menjadi tanda adanya pergeseran gaya hidup dalam menikmati kopi. Saat ini *Café* tidak saja menjadi tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi menjadi tempat bersosialisasi dan mencari teman baru.

Di kota-kota besar di Indonesia terutama Kota Bandung, persaingan dalam industri kuliner khususnya *Café* semakin ketat, sehingga setiap *Café* di Bandung dituntut untuk memiliki keunikan dan keunggulan yang kompetitif (*competitive advantage*) agar dapat bersaing dengan pesaing lainnya, juga diperlukan strategi untuk mempertahankan konsumen dan memancing konsumen baru untuk datang. Beberapa strategi diantaranya dengan menyediakan fasilitas yang nyaman, *Wi-Fi* gratis, menu baru, serta ditunjang dengan sumber daya manusia yang cekatan dan kreatif dalam melayani konsumen. Karena saat ini penilaian publik terhadap suatu *Café* tidak hanya ditentukan oleh cita rasa yang ada pada makanan atau minuman tetapi juga memperhatikan aspek kenyamanan dan kualitas pelayanannya.

Keunggulan kompetitif perusahaan dapat diukur dengan berbagai cara, salah satunya melalui tingkat kepuasan pelanggan. Jika kepuasan pelanggan tercapai, maka akan timbul loyalitas dari pelanggan yang secara tidak langsung berdampak pada

keuntungan dan keberlanjutan perusahaan, oleh karena itu kualitas pelayanan jasa merupakan faktor penting agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang. Dengan adanya umpan balik dari pelanggan, pihak perusahaan dapat memperbaiki kualitas jasanya. Dan berdasarkan pengetahuan tentang karakteristik pelanggan, maka dapat dikembangkan kualitas pelayanan yang lebih baik yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan yang terpenuhi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka perlu ada upaya untuk mencapainya, salah satunya yaitu dengan pengendalian internal. Pengendalian internal berperan penting karena dengan pengendalian internal diharapkan efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan perusahaan tersebut dapat mudah terlaksana. Pengendalian internal diperlukan untuk meminimalisir kegiatan yang tidak dijalankan sesuai kebijakan.

Loy *Café* adalah salah satu *Café* yang bergerak dalam industri makanan dan minuman, berdiri sejak Februari 2019. Nama Loy sendiri merupakan singkatan dari “*Let’s Out The Joy*” yang diharapkan dapat membawa perasaan nyaman dan gembira saat berada disana. Lokasi *Café* sangat strategis karena berada di tengah kota. Loy *Café* memiliki konsep *Café* yang modern dengan tema monokrom yang terlihat pada *design interior Café* nya. Di *Café* ini juga disediakan fasilitas tempat untuk acara-acara khusus seperti adanya *live music*, pesta ulang tahun, ataupun *bridal shower*. Namun karena tergolong sebagai *Café* baru, Loy *Café* masih menghadapi masalah yaitu kualitas pelayanan yang terlihat kurang pada saat *weekend*, atau saat *Café* tersebut ramai dikunjungi pelanggan yang menyebabkan pelanggan merasa kurang puas saat berada di Loy *Café*, pelanggan merasa terabaikan seperti *waiters* lama saat pelanggan meminta bantuan, dan penyajian makanan & minuman lama, karena barista yang merangkap tugas sebagai *cashier* dan *waiters* sehingga pelayanan jasa yang diberikan menjadi tidak maksimal, hal tersebut juga terjadi karena tidak adanya struktur organisasi dan uraian pekerjaan yang jelas. Hal ini menandakan adanya indikasi kesalahan pada operasi perusahaan.

Loy *Café* belum pernah melakukan pemeriksaan operasional. Jika dilakukan pemeriksaan operasional, diharapkan dapat membantu pihak manajemen untuk mengetahui kekurangan *Café* dan diharapkan perusahaan dapat

mengimplementasikan rekomendasi yang diberikan untuk melakukan perbaikan kedepannya terutama pada upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh penulis, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh *Loy Café* terkait kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan?
2. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Loy Café*?
3. Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh *Loy Café*?
4. Apa manfaat dari pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas pelayanan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di *Loy Café*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai penelitian ini:

1. Menganalisis kebijakan dan prosedur yang diterapkan oleh *Loy Café* terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
2. Menganalisis penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh *Loy Café*.
3. Menganalisis penilaian pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh *Loy Café*.
4. Menganalisis manfaat dari pemeriksaan operasional yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas pelayanan jasa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di *Loy Café*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Bagi perusahaan
Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk membantu menyelesaikan permasalahan terkait pelayanan jasa yang dihadapi perusahaan dan mengantisipasi masalah yang timbul akibat hal tersebut sehingga

perusahaan dapat berkembang lebih baik. Selain itu diharapkan pihak perusahaan dapat mengetahui manfaat dari pemeriksaan operasional sebagai dasar pertimbangan kebijakan perusahaan dalam kualitas pelayanan jasa.

2. Bagi pembaca

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan pembaca mengenai pemeriksaan operasional khususnya mengenai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga berguna sebagai referensi bagi pembaca yang akan atau sedang melakukan penelitian lanjutan pada topik yang sama di masa yang akan datang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Dunia bisnis yang semakin berkembang dari waktu ke waktu akan menyebabkan semakin tingginya persaingan pada industri makanan dan minuman khususnya *Café* dan resto di Kota Bandung, bagi pengelola bisnis bertemakan kopi dituntut untuk mampu menciptakan *competitive advantage* (keunggulan bersaing) atas pelayanan dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan, ditambah saat ini konsumen juga cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya, sehingga hal itu mendorong perusahaan untuk terus mencari cara dan memperhatikan upaya-upaya apa saja yang perlu ditingkatkan dan diberikan sehingga dapat menciptakan dan menjaga kepuasan pelanggan demi mempertahankan eksistensi perusahaan. Dengan semakin banyak pelanggan yang merasa puas maka akan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan dan keberlangsungan *Café* dan resto.

Competitive advantage dapat dimiliki jika pengendalian internal nya telah dilaksanakan dengan baik. Pengendalian internal adalah suatu proses yang dijalankan oleh dewan direksi, manajemen, dan staf untuk membuat *reasonable assurance* mengenai efektivitas dan efisiensi operasional, reliabilitas pelaporan keuangan, dan kepatuhan atas hukum dan peraturan yang berlaku. Pengendalian internal dalam bisnis *Café* dibutuhkan agar semuanya dapat berjalan efektif dan efisien.

Menurut Gonijs, (2013) tujuan dari sebuah bisnis yaitu membuat pelanggannya merasa puas, karena mempertahankan kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bertujuan untuk menaikkan pendapatan perusahaan. Dalam industri kuliner khususnya *Café*, keunggulan kompetitif melalui kualitas pelayanan

dan produk yang baik merupakan kunci untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan Darmianto, (2017). Pengertian kepuasan pelanggan sendiri menurut Ueltschy (dalam Utami & Jatra, 2015) Kepuasan pelanggan adalah sikap dimana proses akhir yang diterima sesudah mendapatkan sesuatu sesuai dengan harapan. Menurut Zeithaml, Bitner, & Gremler, (2009) kepuasan konsumen dapat dilihat berdasarkan:

1. *Fulfillment* merupakan respon konsumen yang puas karena kebutuhan mereka terpenuhi.
2. *Pleasure* merupakan respon konsumen yang senang atau suatu perasaan Bahagia berhubungan dengan perusahaan.
3. *Ambivalence* merupakan perbandingan antara kenyataan dengan harapan konsumen.

Menurut Istianto dan Tyra (dalam Utami & Jatra, 2015) Hal yang sangat penting agar bisnis tetap bertahan dan maju adalah dengan memberikan pelayanan terbaik agar kepuasan pelanggan terpenuhi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini (dalam Sulistyawati & Seminari, 2015) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap niat beli ulang. Kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya. Menurut Fitriyanto (2017) Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Selain kualitas pelayanan jasa, kualitas produk juga menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk yaitu upaya perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan melalui produk yang ditawarkan. (Kotler dalam Sembiring, dkk, 2014). Menurut Hidayat (dalam Kristanto, 2020) kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Dengan kualitas produk yang baik, maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika kualitas produk yang diterima melebihi daripada yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk sama-sama bertujuan untuk memenuhi keinginan atau permintaan pelanggan berdasarkan harapan pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan elemen penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Tidak bisa hanya salah satu saja yang diperhatikan, kedua elemen ini harus sejalan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikemukakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting bagi *Café* atau resto dalam menarik minat beli pelanggan.

Kualitas produk yang memiliki kategori jenis makanan dan barang-barang konsumsi menurut Kotler (dalam Shartykarini, dkk 2016) diukur berdasarkan dimensi-dimensi sebagai berikut:

1. Kesesuaian produk dengan selera dan harapan konsumen.
2. Jenis-jenis produk yang bervariasi, yaitu produk yang ditawarkan berkaitan dengan
3. menu atau jenis produk konsumsi/makanan.
4. Jumlah atau kuantitas produk konsumsi yang sebagaimana mestinya

Selain itu kualitas produk dengan kategori makanan atau barang yang dikonsumsi memiliki indikator menurut Qin, dkk (2009) yaitu:

1. *Freshness*, berkaitan dengan kesegaran dari makanan yang disajikan oleh *Café* atau resto.
2. *Presentation*, berkaitan dengan penyajian makanan yang disajikan kepada pelanggan, apakah sudah memiliki tampilan yang baik.
3. *Well Cooked*, diartikan dengan makanan yang diolah dengan baik dan higienis, sehingga makanan yang disajikan kepada konsumen aman untuk dikonsumsi.
4. *Variety of Food* merupakan keanekaragaman makanan yang ada pada *Café* atau resto untuk ditawarkan kepada konsumen.

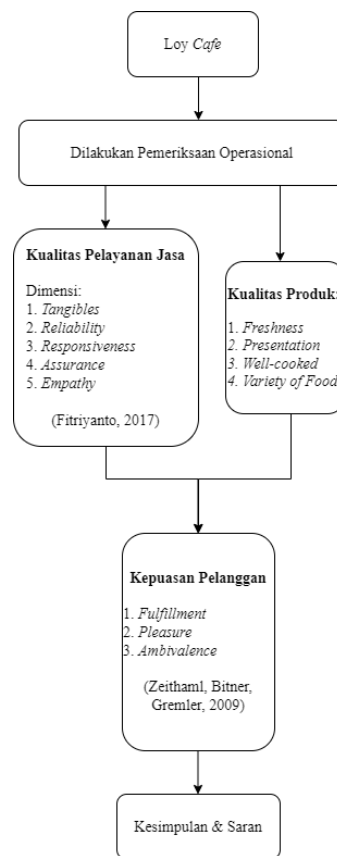
Metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pengunjung/pelanggan adalah *service quality* (servqual). Metode Servqual (*Service and Quality*) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan gap yang terjadi antara persepsi dan harapan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lupiyoadi (dalam Fitriyanto, 2017) yang menyatakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas layanan, diantaranya sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh para pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

Untuk mengetahui dan mengevaluasi kualitas pelayanan jasa yang diberikan *Café* dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, dibutuhkan pemeriksaan operasional. Menurut Reider (2002) pemeriksaan operasional merupakan sebuah proses untuk menganalisis kegiatan operasi internal perusahaan dan mengidentifikasi area dalam perusahaan yang membutuhkan perbaikan secara terus-menerus. Proses pemeriksaan operasional dimulai dengan menganalisis operasi dan aktivitas perusahaan yang ada, mengidentifikasi area berpotensi untuk dilakukan perbaikan, dan menjalankan perbaikan tersebut.

Menurut Reider (2002) Pemeriksaan operasional terdiri dari lima tahap diantaranya yaitu tahap perencanaan (*planning phase*), tahap program kerja (*work program phase*), tahap pemeriksaan lapangan (*field work phase*), tahap pengembangan temuan dan rekomendasi (*development of findings and recommendations phase*) dan tahap pelaporan (*reporting phase*). Tahap-tahap ini dapat membantu peneliti mengetahui faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Melalui pemeriksaan operasional diharapkan perusahaan dapat memperbaiki dan meningkatkan kinerja pada kegiatan operasi yang dilakukannya.

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti