

**IMPLEMENTASI METODE
IMPROVEMENT GAP ANALYSIS
DALAM PERBAIKAN LAYANAN KAFE X**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

	Disusun oleh :
Nama	: Lukas Parasian
NPM	: 6131801191



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2023**

**IMPLEMENTATION OF *IMPROVEMENT*
GAP ANALYSIS METHOD IN
REPAIRING CAFFEE X SERVICES**

SCRIPTION

Submitted to fulfill one of the requirements to achieve a degree
Bachelor in Industrial Engineering

	Arranged By :
Name	: Lukas Parasian
NPM	: 6131801191



**INDUSTRIAL ENGINEERING BACHELOR STUDY
PROGRAM
DEPARTMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
INDUSTRIAL TECHNOLOGY FACULTY
PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
BANDUNG
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Lukas Parasian
NPM : 6131801191
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*
DALAM PERBAIKAN LAYANAN KAFE X

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 9 Februari 2023

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri



(Dr. Celcilia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal



(Dr. Yogi Yusuf Wibisono S.T., M.T.)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lukas Parasian

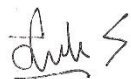
NPM : 6131801191

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:
IMPLEMENTASI METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* DALAM
PERBAIKAN LAYANAN KAFE X

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 2 Januari 2023



Lukas Parasian

NPM : 6131801191

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal dengan aneka makanan dan minuman. Persaingan di bidang bisnis makanan dan minuman tergolong ketat terutama pada restoran dan kafe. Kafe X merupakan salah satu kafe yang berada di kota Bandung dengan tema yang cocok untuk pemuda pemudi saat ini. Kafe X ini berdiri pada awal Desember 2020. Kafe X memiliki beberapa menu andalan seperti dimsum, serta es kopi susu dengan berbagai macam tambahan rasa yang menarik perhatian pemuda pemudi. Seiring berjalannya waktu, terjadi penurunan penjualan yang dimulai sejak awal tahun 2022. Penurunan penjualan ini didasari dengan banyaknya keluhan dari pelanggan untuk pihak Kafe X mengenai pelayanan yang diberikan karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki layanan dari Kafe X sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Metode ini memberikan kuesioner dengan 37 atribut layanan yang dijadikan bahan penilaian untuk pelayanan Kafe X. Kuesioner ini disebarkan kepada pelanggan yang pernah mengunjungi Kafe X. Dari hasil kuesioner didapatkan 192 data responden. Metode ini menggunakan matriks IGA yang terbagi menjadi 4 kuadran untuk mengetahui atribut yang akan dijadikan prioritas perbaikan. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan, diperoleh 4 atribut utama yang terdapat pada kuadran I sebagai prioritas perbaikan yaitu kafe memiliki porsi menu sesuai dengan harga yang disajikan (A14), porsi makanan yang diberikan kafe cukup (A25), karyawan kafe memberikan sambutan kepada pelanggan dengan ramah (A28), dan kafe memberikan pelayanan yang cepat dan tepat (A31). Terdapat 13 usulan perbaikan yang diberikan kepada Kafe X terkait 4 atribut layanan yang menjadi permasalahan utama.

ABSTRACT

Bandung is a city that is famous for its various foods and drinks. Competition in the food and beverage business is tight, especially in restaurants and cafes. Cafe X is one of the cafes in the city of Bandung with a theme suitable for today's youth. Cafe X was established in early December 2020. Cafe X has several mainstay menus such as dimsum, as well as iced coffee milk with various additional flavors that attract the attention of young people. However, over time, there has been a decrease in sales starting in early 2022. This decrease in sales was based on the many complaints from customers who reached Cafe X regarding the services provided by employees. This research purpose is to improve the services of Cafe X so that it can increase customer satisfaction using the Improvement Gap Analysis (IGA) method. This method provides a questionnaire with 37 service attributes which are used as assessment material for Cafe X services. This questionnaire is distributed to customers who have visited Cafe X. From the results of the questionnaire, 192 respondent data were obtained. This method makes the IGA matrix which is divided into 4 quadrants to find out the attributes that will be prioritized for improvement. Based on the data processing carried out, 4 main attributes were obtained in quadrant I as improvement priorities, namely the cafe has a portion of the menu in accordance with the price served (A14), the portion of food provided by the cafe is sufficient (A25), cafe employees greet customers in a friendly manner (A28), and cafes provide fast and proper service (A31). There are 13 improvement suggestions given to Cafe X regarding 4 service attributes which are the main problems.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi Metode Improvement Gap Analysis Dalam Perbaikan Layanan Kafe X “. Skripsi ini diajukan guna memenuhi syarat kelulusan S1 program studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Dalam melakukan penelitian skripsi dan penulisan laporan skripsi, penulis memperoleh bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan kepada :

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T, M.T. selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan sangat baik dan banyak memberikan masukan kepada penulis.
2. Bapak Dedy Suryadi, S.T., M.S., Ph.D dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T selaku dosen penguji dalam sidang proposal yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran untuk peneliti dalam melakukan penyusunan skripsi.
3. Orang tua dan keluarga besar penulis yang memberikan semangat, motivasi, dan doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
4. Pihak Kafe X yang telah mengijinkan dan membantu penulis dalam melakukan penelitian skripsi.
5. Teman teman penulis yaitu Milka Vanessa, Adeline Winoto, Jazlyn, Clarissa Kriyastha yang memberikan dorongan, informasi, kritik, saran, serta telah menemani penulis dalam suka dan duka
6. Muhammad Arief Satria, Adrian Armando, Frisandia Yuda, Vandy Lowrenzo, Muhammad Habyan Ghifarri selaku teman seperjuangan dalam penyelesaian skripsi yang saling memberikan kritik dan saran serta informasi mengenai skripsi.

7. Teman teman grup SMA yaitu Mumtaz Zulfa, Raihan Fauzan, Auditha Putri, Dhaifany Karissa selaku pendukung dan pihak yang menemani penulis dalam suka dan duka.

Penulis juga mengucapkan terima kasih bagi banyak pihak yang tidak disebutkan yang telah memberikan bantuan pada penulis hingga menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi pihak Kafe X, peneliti selanjutnya, juga para pembaca.

Bandung, 2 Januari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dhaifany' with a stylized flourish to the right.

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-7
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-14
I.4 Tujuan Penelitian	I-14
I.5 Manfaat Penelitian	I-14
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-15
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Kafe.....	II-1
II.2 Jasa.....	II-1
II.3 Kualitas Jasa.....	II-3
II.4 Kepuasan Pelanggan.....	II-5
II.5 <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA)	II-8
II.6 DINESERV	II-11
II.7 Diagram Ishikawa.....	II-13
II.8 Teknik Sampling.....	II-14
II.9 Skala	II-15
II.10 Validitas.....	II-15
II.11 Reliabilitas.....	II-16
II.12 Penentuan Jumlah Sampel	II-17
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Penyusunan Atribut.....	III-1
III.2 Penyusunan Kuesioner	III-11
III.3 Penentuan Jumlah Sampel dan Penyebaran Kuesioner	III-12
III.4 Pengolahan Data	III-13
III.4.1 Profil Responden.....	III-13

III.4.2 Uji Validitas	III-16
III.4.3 Uji Reliabilitas	III-24
III.4.4 Pembuatan Matriks IGA.....	III-25
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN	IV-1
IV.1 Analisis Penyusunan Atribut <i>Modified</i> DINESERV	IV-1
IV.2 Analisis Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	IV-7
IV.3 Analisis Profil Responden	IV-9
IV.4 Analisis Matriks IGA.....	IV-11
IV.4.1 Analisis Atribut Kuadran I.....	IV-11
IV.4.2 Analisis Atribut Kuadran II.....	IV-12
IV.4.3 Analisis Atribut Kuadran III.....	IV-12
IV.4.4 Analisis Atribut Kuadran IV	IV-13
IV.5 Pencarian Akar Permasalahan	IV-14
IV.6 Usulan Perbaikan.....	IV-19
BAB V KESIMPULAN & SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Keluhan yang dialami pelanggan Kafe X Berdasarkan Hasil Wawancara	I-10
Tabel II.1 Indikator Metode <i>Modified Dineserv</i>	II-11
Tabel II.2 Indikator Metode <i>Modified Dineserv</i> (Lanjutan).....	II-12
Tabel II.3 Indikator Metode <i>Modified Dineserv</i> (Lanjutan).....	II-13
Tabel III.1 Atribut Model DINESERV	III-1
Tabel III.2 Atribut Model DINESERV (Lanjutan).....	III-2
Tabel III.3 Atribut <i>Modified</i> DINESERV Awal	III-3
Tabel III.4 Atribut <i>Modified</i> DINESERV Awal (Lanjutan)	III-4
Tabel III.5 Wawancara Pemilik Kafe di Bandung	III-5
Tabel III.6 Wawancara Pemilik Kafe di Bandung (Lanjutan)	III-6
Tabel III.7 Wawancara Pemilik Kafe di Bandung (Lanjutan)	III-7
Tabel III.8 Wawancara Pemilik Kafe di Bandung (Lanjutan)	III-8
Tabel III.9 Atribut Hasil Wawancara	III-9
Tabel III.10 Atribut Penilaian Layanan Kafe X.....	III-10
Tabel III.11 Atribut Penilaian Layanan Kafe X.....	III-11
Tabel III.12 Pengelompokan Total Skor Responden.....	III-16
Tabel III.13 Pengelompokan Total Skor Responden (Lanjutan).....	III-17
Tabel III.14 Pengelompokan Total Skor Responden (Lanjutan).....	III-18
Tabel III.15 Pengelompokan Total Skor Responden (Lanjutan).....	III-19
Tabel III.16 Pengelompokan Total Skor Responden (Lanjutan).....	III-20
Tabel III.17 Total Skor Atribut Layanan	III-20
Tabel III.18 Total Skor Atribut Layanan (Lanjutan).....	III-21
Tabel III.19 Hasil Uji Beda Pengelompokan Atribut.....	III-22
Tabel III.20 Uji Validitas Seluruh Atribut.....	III-23
Tabel III.21 Uji Validitas Seluruh Atribut (Lanjutan).....	III-24
Tabel III.22 Uji Reliabilitas	III-25
Tabel III.23 Rekapitulasi Perhitungan	III-27
Tabel III.24 Pembagian Atribut pada Kuadran Matriks IGA.....	III-29
Tabel III.25 Pembagian Atribut pada Kuadran Matriks IGA (Lanjutan)	III-30

Tabel IV.1 Usulan Form Absen.....	IV-24
Tabel IV.2 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-28

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Pendapatan Kafe X pada 2021 hingga 2022	I-2
Gambar I.2 Promosi Kafe X pada Media <i>Instagram</i>	I-3
Gambar I.3 <i>Rating</i> Tingkat Ketertarikan Pelanggan Untuk Mengunjungi Kafe X	I-4
Gambar I.4 <i>Rating</i> Tingkat Kepuasan Pelanggan Kafe X	I-5
Gambar I.5 Frekuensi Kunjungan Konsumen Kafe X.....	I-8
Gambar I.6 Keinginan Kunjungan Kembali Konsumen Kafe X	I-9
Gambar I.7 Metodologi Penelitian	I-15
Gambar II.1 Hubungan Kualitas Jasa dengan Kepuasan Pelanggan	II-3
Gambar II.2 <i>Improvement Gap Analysis Matrix</i>	II-10
Gambar II.3 Diagram Ishikawa Jadwal Penerbangan Terlambat	II-13
Gambar III.1 Jumlah Pernyataan Wawancara.....	III-9
Gambar III.2 Persentase Usia Responden.....	III-14
Gambar III.3 Persentase Jenis Kelamin	III-14
Gambar III.4 Persentase Jenis Pekerjaan.....	III-15
Gambar III.5 Frekuensi Kunjungan Responden	III-15
Gambar III.6 Hasil Pemetaan Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> Kafe X.....	III-28
Gambar IV.1 <i>Fishbone Diagram</i> A14	IV-15
Gambar IV.2 <i>Fishbone Diagram</i> A25	IV-17
Gambar IV.3 <i>Fishbone Diagram</i> A28	IV-18
Gambar IV.4 <i>Fishbone Diagram</i> A31	IV-19
Gambar IV.5 Usulan SOP Penyambutan Pelanggan	IV-22
Gambar IV.6 Tugas dan Tanggung Jawab Karyawan.....	IV-23
Gambar IV.7 <i>Stamp Reward</i>	IV-25
Gambar IV.8 Usulan <i>Rating</i> Karyawan.....	IV-26
Gambar IV.9 Ketentuan Karyawan.....	IV-27

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	PROFIL RESPONDEN		
LAMPIRAN B	JAWABAN PERTANYAAN FUNGSIONAL	SEBELUM	
	PENGOLAHAN		
LAMPIRAN C	JAWABAN PERTANYAAN FUNGSIONAL	SETELAH	
	PENGOLAHAN		
LAMPIRAN D	JAWABAN PERTANYAAN DISFUNGSIONAL	SEBELUM	
	PENGOLAHAN		
LAMPIRAN E	JAWABAN PERTANYAAN DISFUNGSIONAL	SETELAH	
	PENGOLAHAN		
LAMPIRAN F	JAWABAN PERTANYAAN <i>CURRENT SATISFACTION</i>		
	SEBELUM PENGOLAHAN		
LAMPIRAN G	JAWABAN PERTANYAAN <i>CURRENT SATISFACTION</i>		
	SETELAH PENGOLAHAN		
LAMPIRAN H	JAWABAN KEPUASAN PELANGGAN	SECARA	
	KESELURUHAN		
LAMPIRAN I	TAMPILAN KUESIONER		

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan dibahas mengenai pendahuluan. Pendahuluan ini akan membahas mengenai latar belakang, identifikasi masalah dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, penentuan tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta metodologi penelitian. Berikut merupakan penjelasan mengenai setiap bagian pendahuluan.

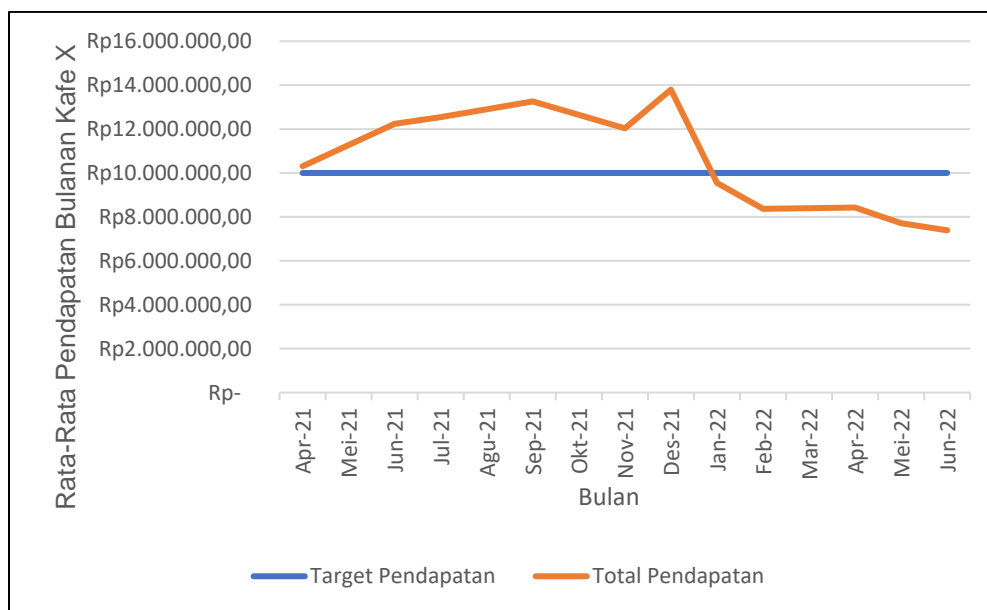
I.1 Latar Belakang

Kafe merupakan tempat membeli makanan dan minuman ringan dengan jam buka yang lebih lama (Hornby & Crowther, 1995). Kafe termasuk ke bidang usaha kuliner. Adapun kafe merupakan sebuah restoran yang bentuknya lebih kecil. Kafe menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman dengan konsep dan desain yang unik yang ditujukan untuk menarik minat konsumen datang ke kafe. Di kota Bandung, jumlah kafe terus meningkat seiring banyaknya pembisnis baru yang mulai melakukan pembuatan usaha baru. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung, jumlah kafe pada tahun 2018 yaitu sebanyak 467 tempat. Pada tahun 2022, kafe yang terdaftar pada Zomato yaitu lebih dari 500 kafe di Bandung. Dengan meningkatnya jumlah kafe yang berada di Bandung, hal ini menjadi daya saing bagi pemilik kafe untuk bertahan dalam persaingan tersebut. Dengan daya saing yang ada, perlu dilakukannya strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen agar konsumen tetap mengunjungi kafe yang sama di kemudian hari.

Kafe X merupakan sebuah kafe yang berada di Bandung, tepatnya di daerah Gasibu, Jawa Barat, Indonesia. Kafe ini didirikan pada bulan Desember 2020 dan telah beroperasi selama 1 tahun lebih. Kafe ini beroperasi mulai dari hari Senin hingga Minggu dengan waktu buka yang dimulai dari pukul 11.00 pagi hingga 23.00 malam. Kafe ini memiliki beberapa menu yang disajikan mulai dari makanan dan minuman. Minuman terbagi *coffee* dan *non coffee*. Kafe ini memiliki spesialisasi pada minuman jenis *coffee* yaitu menu es kopi susu. Selain itu terdapat pula minuman jenis non coffee seperti *ice tea*, *ice chocolate*, *matcha*,

charcoal dan lainnya. Pada menu makanan terdapat pula berbagai jenis dimsum, siomay, dan makanan berat seperti nasi goreng dan lainnya. Kafe X ini terus berkembang hingga saat ini.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan salah satu pemilik Kafe X, diperoleh informasi bahwa awal kali kafe ini berdiri, pengunjung yang datang cukup ramai. Pemilik Kafe X mengatakan omset bulanan yang diperoleh melebihi target pendapatan yang ditentukan yaitu sebesar 10 juta / bulan. Namun seiring waktu berjalan, pemilik Kafe X merasakan penurunan penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya. Penurunan penjualan ini mulai terjadi sejak Januari 2022. Gambar I.1 berikut merupakan data jumlah pendapatan yang diperoleh pada tahun 2021 hingga 2022.



Gambar I.1 Grafik Pendapatan Kafe X pada 2021 hingga 2022

Pada Gambar I.1 berikut dapat dilihat bahwa Kafe X melakukan penentuan target pendapatan 10 juta setiap bulannya. Menurut wawancara yang dilakukan pada salah satu pemilik Kafe X, penentuan target pendapatan ini dilakukan karena Kafe X tergolong baru berdiri, sehingga penetapan target ini disesuaikan berdasarkan referensi pemilik Kafe X terkait pendirian kafe kafe baru di daerah Bandung. Pendapatan Kafe X ini meningkat mulai dari bulan Mei 2021 hingga mengalami puncaknya pada Desember 2021 yang mana bulan ini termasuk libur anak sekolah dan bulan yang terdapat libur nasional dalam

menyambut tahun baru, sehingga daerah kafe ini dipenuhi banyak pelanggan karena lokasi kafe yang cukup strategis dan mudah ditemui. Pada Januari 2022 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan signifikan pada penjualan Kafe X hingga berada di bawah target pendapatan bulanan.

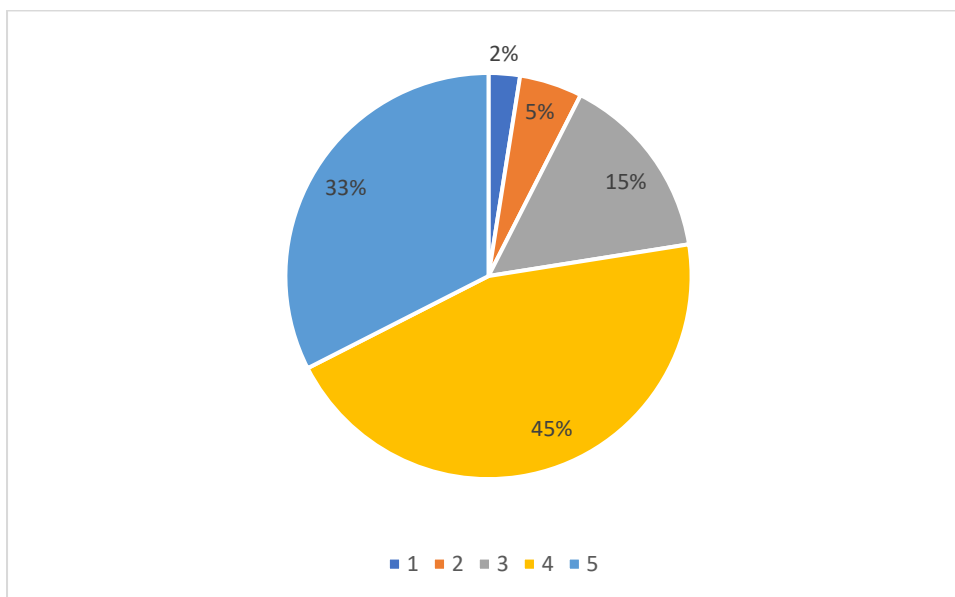
Pihak Kafe X telah melakukan berbagai upaya pemasaran mulai dari melakukan promo akhir tahun dan melakukan posting menu makanan di media sosial seperti Instagram Kafe X, Tokopedia, Shopee. Melalui media ini, Kafe X melakukan pengenalan produk serta promosi dalam rangka menarik perhatian calon konsumen. Promo yang dilakukan oleh Pihak Kafe X misalnya seperti *buy 1 get 1*, diskon sebesar 50% untuk pembelian 2 menu makanan/ minuman, serta potongan harga lainnya. Gambar 1.2 berikut adalah contoh bentuk promosi di media Instagram yang dilakukan oleh Kafe X.



Gambar 1.2 Promosi Kafe X pada Media *Instagram*

Menurut pemilik Kafe X, berbagai jenis promo ini disambut baik oleh pelanggan mulai dari April 2021 yang membuat pelanggan mulai berdatangan. Ketertarikan promosi ini dilihat melalui survei yang dilakukan oleh pihak Kafe X melalui media sosial Instagram yang dimiliki oleh Kafe X. Pihak Kafe X melakukan survei dengan bentuk *rating* yang dilakukan oleh konsumen yang akan menunjukkan tingkat ketertarikan mereka terhadap Kafe X berdasarkan cara

mereka mengetahui keberadaan Kafe X. *Rating* ini dilakukan menggunakan skala 1 (Sangat Tidak Tertarik), skala 2 (Tidak Tertarik), skala 3 (Cukup Tertarik), skala 4 (Tertarik), dan skala 5 (Sangat Tertarik). Adapun *rating* ini diisi oleh responden tanpa perlu mengisi daerah asal sehingga orang yang berada di luar lokasi kafe seperti di luar Bandung dapat mengisi *rating* tersebut. Pemberian *rating* ini dilakukan selama 1 hari oleh pihak kafe X melalui media sosial. Gambar I.3 berikut adalah hasil survei yang dilakukan Kafe X melalui media sosial.

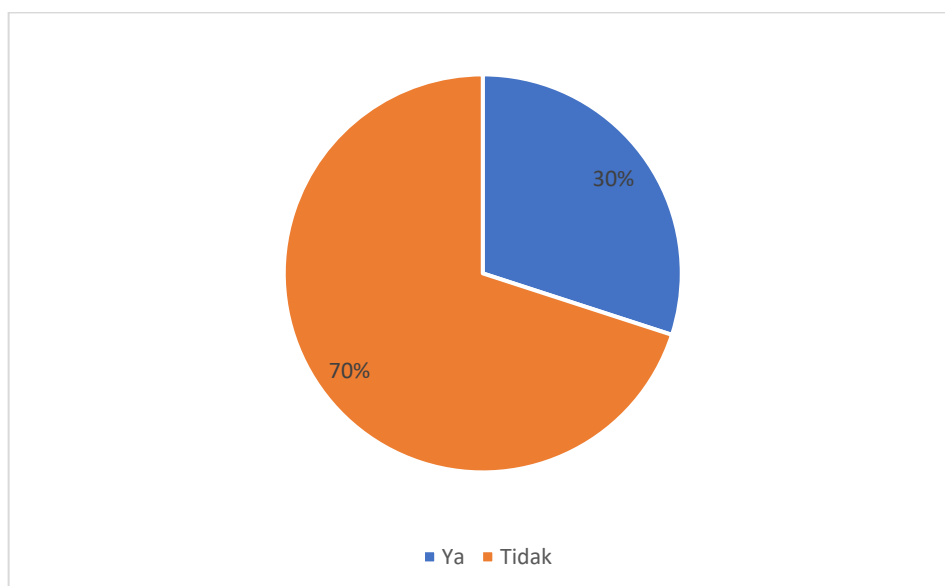


Gambar I.3 *Rating* Tingkat Ketertarikan Pelanggan Untuk Mengunjungi Kafe X

Berdasarkan survei yang telah dilakukan, pemilik Kafe X menganggap bahwa sebesar 33% dari orang yang mengisi survei sangat tertarik untuk mengunjungi Kafe X, 45% dari jumlah pengisi survei tertarik untuk mengunjungi Kafe X untuk mengunjungi Kafe X, serta 15% dari jumlah pengisi survei cukup tertarik untuk mengunjungi Kafe X. Kemudian terdapat pula sebesar 7% konsumen yang tidak tertarik untuk mengunjungi Kafe X. *Rating* yang dilakukan dapat diisi oleh orang yang di luar kota, namun *rating* yang dilakukan dianggap merepresentasikan ketertarikan konsumen untuk mengunjungi Kafe X. Pemilik Kafe X juga menawarkan dan merekomendasikan Kafe X ini ke beberapa teman dekatnya. Namun pemasaran yang dilakukan Kafe X ini hanya dapat meningkatkan jumlah penjualan dengan periode sementara. Promo ini hanya berlangsung dengan periode terbatas, sehingga tidak dilakukan setiap hari dalam setiap bulan, dan

setiap bulannya memiliki promo yang berbeda. Saat promo pada periode tertentu dilakukan, jumlah penjualan cukup meningkat dan Pihak Kafe X hanya mengambil keuntungan yang sedikit dibandingkan tanpa dilakukannya promo. Meskipun keuntungan yang diperoleh sedikit saat dilakukannya promo dibandingkan periode tanpa promo, Kafe X berfokus untuk minat konsumen untuk mengunjungi Kafe X sehingga konsumen akan kembali mengunjungi Kafe X di kemudian hari. Pihak Kafe X telah mengeluarkan biaya untuk melakukan program pemasaran, namun menurut salah satu pemilik Kafe X program ini tidak berdampak secara signifikan untuk meningkatkan penjualan yang dilakukan. Promo masih terus dilakukan hingga saat ini, namun pemilik Kafe X merasa bahwa promo tersebut tidak berpengaruh karena pendapatan yang didapat terus menurun setiap bulannya.

Seiring berjalannya waktu, pihak Kafe X menerima keluhan mengenai pelayanan pelanggan yang diberikan oleh karyawan. Keluhan ini mulai muncul saat bulan September 2021. Dalam melihat keluhan ini, pemilik Kafe X melakukan permintaan pada pelanggan untuk melakukan *rating* kepuasan pada saat selesai melakukan pembelian menu dan sebelum pelanggan meninggalkan Kafe. Adapun survei kepuasan pelanggan ini diisi oleh 200 orang responden secara acak yang diberikan oleh pihak Kafe X melalui *scan Qr Code Google Form*. Pengisian survei ini diberikan oleh pihak kafe X selama bulan Mei 2022. Gambar 1.4 berikut adalah hasil *rating* yang diberikan kepada beberapa pelanggan oleh Kafe X.



Gambar 1.4 *Rating* Tingkat Kepuasan Pelanggan Kafe X

Berdasarkan *rating* yang diberikan beberapa pelanggan setelah mendapat pelayanan dari Kafe X, dapat dilihat bahwa sebesar 70% dari jumlah pelanggan mengalami ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Menurut pemilik Kafe X, aspek kepuasan pelanggan ini belum diperhatikan karena dianggap tidak berdampak signifikan terhadap penjualan Kafe X. Hal ini menyebabkan pemilik Kafe X belum menanggapi dan memberikan evaluasi atas keluhan pelanggan tersebut karena anggapan bahwa kepuasan pelanggan tidak berdampak secara signifikan terhadap penjualan. Berdasarkan *rating* yang diberikan pelanggan tersebut, pemilik Kafe X memiliki dugaan bahwa *rating* yang diberikan terkait kepuasan pelanggan tersebut mempengaruhi pendapatan Kafe X sehingga pendapatan Kafe X mengalami penurunan. Pemilik Kafe X mengutarakan juga bahwa terdapat beberapa pelanggannya yang biasa datang ke Kafe tersebut dalam periode belakangan ini tidak datang kembali. Pelanggan tersebut termasuk sering datang ke Kafe X. Menurut pemilik Kafe X, pelanggan tersebut telah memberi beberapa keluhan terkait pelayanan Kafe X, namun pemilik Kafe X belum memberikan evaluasi terkait keluhan tersebut. Hal ini terjadi karena keluhan yang dialami pelanggan tidak diberikan secara spesifik. Pemilik Kafe X menyatakan akan melakukan evaluasi terhadap keluhan pelanggan, namun saat ini Kafe X hanya memperoleh persentase kepuasan pelanggan, sehingga tidak dapat melakukan evaluasi secara khusus mengenai keluhan yang dialami konsumen. Pemilik Kafe X ingin melakukan perbaikan secara bertahap terhadap keluhan atas layanan yang menjadi prioritas terlebih dahulu. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan identifikasi terkait keluhan yang dialami pelanggan yang membuat pelanggan tidak puas terhadap layanan Kafe X. Dengan adanya identifikasi terkait keluhan pelanggan tersebut, diharapkan dapat ditemukan permasalahan yang ada untuk mengevaluasi layanan yang diberikan Kafe X. Dalam melakukan perbaikan pada layanan Kafe X, perlu dilakukan evaluasi yang detail sesuai dengan keluhan pelanggan yang diperoleh sehingga dapat diberikan usulan perbaikan yang sesuai terkait keluhan pelanggan tersebut dan dapat diberikan usulan yang lebih spesifik terkait bagian layanan yang perlu dilakukan evaluasi. Dengan dilakukannya perbaikan terhadap layanan Kafe X tersebut, pemilik Kafe X berharap agar pelanggan dapat merasa puas ketika mengunjungi Kafe X sehingga penjualan kafe dapat meningkat di periode yang akan datang.

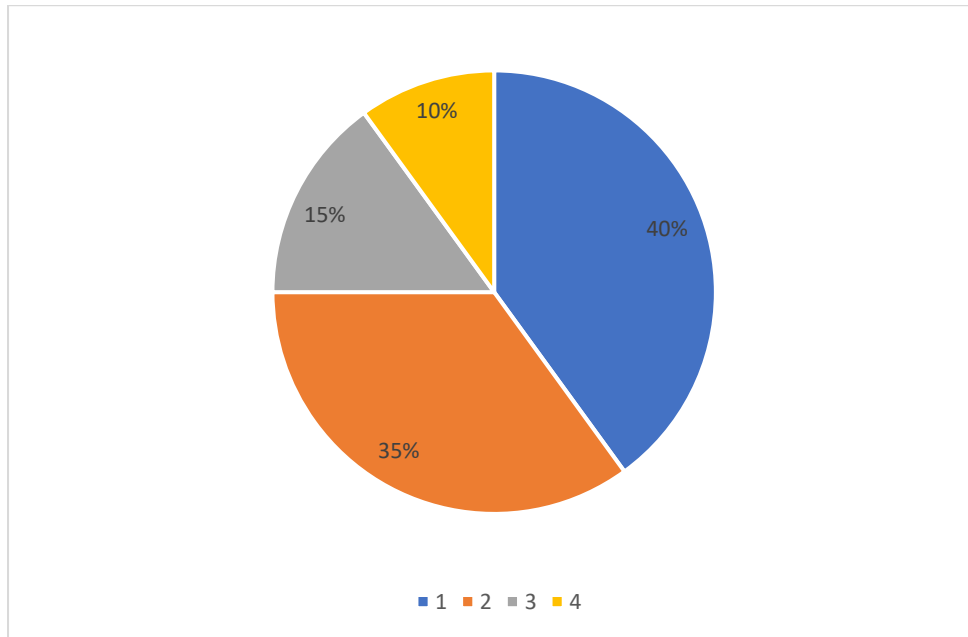
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan mengenai keluhan pelanggan yang dibahas sebelumnya, maka perlu dilakukan upaya untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan yang dialami pelanggan. Dalam menanggulangi penyebab masalah tersebut, maka dilakukan wawancara dengan salah satu pemilik Kafe X. Salah satu pemilik Kafe X menyatakan bahwa *rating* yang diberikan pengunjung belakangan ini terdapat beberapa keluhan yang dialami pelanggan mengenai pelayanan yang dialami. Berdasarkan data *rating* yang diperoleh Kafe X dari pelanggan, sebesar 70% pelanggan mengalami ketidakpuasan dalam pelayanan. Dalam *rating* tersebut, terdapat pula beberapa keluhan yang diberikan pelanggan yaitu misalnya tempat yang kurang bersih, pelayanan karyawan serta pelayanan pada menu.

Sejak mulai awal didirikan, pemilik Kafe X menyatakan bahwa keluhan pelanggan belum dilakukan rekapitulasi secara menyeluruh, sehingga belum adanya penindaklanjutan dalam menanggapi keluhan dan memperbaiki keluhan tersebut. Selain keluhan mengenai tempat, pemilik Kafe X menyatakan bahwa terdapat pula keluhan mengenai fasilitas dan pelayanan karyawan. Keluhan mengenai fasilitas misalnya yaitu posisi kursi dan meja yang tidak ergonomis, dan wifi yang lambat. Keluhan mengenai pelanggan misalnya yaitu pesanan yang disajikan cukup lama dan pembuatan menu yang seringkali tidak tersedia. Hal ini menjadi dugaan awal bahwa penurunan pendapatan Kafe X dapat terjadi setiap bulannya.

Dalam rangka melakukan identifikasi atas keluhan yang dialami pelanggan terhadap Kafe X, maka dilakukan wawancara dengan 20 orang yang pernah mengunjungi Kafe X. Konsumen yang diwawancara tersebut dimulai dari awal periode Kafe X berdiri hingga saat ini. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan memperoleh keluhan yang dialami pelanggan secara spesifik saat berada di Kafe X. Wawancara dilakukan secara langsung dengan bertemu tatap muka dengan responden sebagai orang yang pernah mengunjungi dan membeli produk di Kafe X. Terdapat beberapa pertanyaan yang diajukan pada wawancara konsumen ini. Pertanyaan pertama yang diajukan yaitu mengenai cara pengunjung mengetahui keberadaan Kafe X. Diketahui bahwa responden mengetahui Kafe X melalui rekomendasi teman, Instagram, dan melalui media penjualan seperti Shopee dan Tokopedia.

Berdasarkan cara pengunjung untuk mengetahui keberadaan Kafe X, diberikan pula pertanyaan mengenai frekuensi pengunjung dalam mengunjungi Kafe X. Frekuensi ini mengacu kepada seberapa seringnya pengunjung dalam mengunjungi Kafe X. Gambar 1.5 berikut merupakan proyeksi dari frekuensi kunjungan yang dilakukan pelanggan Kafe X.

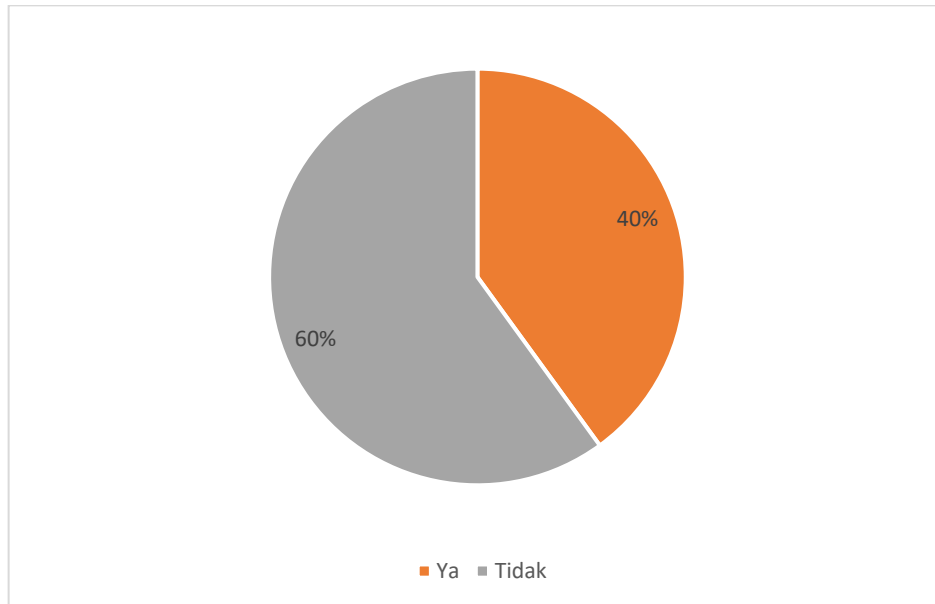


Gambar 1.5 Frekuensi Kunjungan Konsumen Kafe X

Berdasarkan Gambar 1.5, dapat dilihat bahwa frekuensi pengunjung terbagi menjadi 4. Angka satu menunjukkan konsumen yang melakukan kunjungan sebanyak satu kali, angka dua menunjukkan dua kali kunjungan, angka tiga menunjukkan tiga kali kunjungan, dan angka empat menunjukkan empat kali kunjungan. Adapun jumlah kunjungan dilakukan oleh responden sejak awal mengenal Kafe X hingga saat ini. Dari 20 responden yang dilakukan wawancara, terdapat 40% persentase orang yang pertama kali mengunjungi Kafe X yaitu sebanyak 8 orang. Kemudian disusul pula dengan 35% persentase orang yang mengunjungi Kafe X selama 2 kali yaitu sebanyak 7 orang. Selain itu terdapat pula 15% persentase orang atau sebanyak 3 orang yang mengunjungi Kafe X sebanyak 3 kali, dan 10% persentase orang atau sebanyak 2 orang yang mengunjungi Kafe X sebanyak 4 kali.

Pertanyaan selanjutnya yang diberikan pada pelanggan yaitu mengenai keputusan pengunjung untuk mengunjungi kembali Kafe X. Pertanyaan ini

diberikan dalam bentuk jawaban “Ya” dan “Tidak”. Gambar I.6 berikut adalah keputusan yang diberikan pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali Kafe X.



Gambar I.6 Keinginan Kunjungan Kembali Konsumen Kafe X

Berdasarkan Gambar I.6 berikut, dapat dilihat bahwa 60% pengunjung atau sebanyak 12 orang memutuskan untuk tidak mengunjungi kembali Kafe X. Selain itu terdapat pula sebesar 40% pengunjung atau sebanyak 8 orang pengunjung yang memutuskan akan mengunjungi Kafe X di kemudian hari. Frekuensi kunjungan kembali ini diputuskan oleh pengunjung setelah mengalami keluhan mengenai Kafe X. Beberapa pengunjung yang telah mengunjungi Kafe X selama lebih dari 1 kali kunjungan menyatakan bahwa kedatangan mereka di periode selanjutnya untuk melihat keluhan yang ditindak lanjuti. Melalui keluhan yang disampaikan, pengunjung berpikir bahwa keluhan yang diberikan pada pemberian *rating* tersebut tidak ditanggapi. Hal ini menjadi keputusan beberapa pengunjung untuk tidak mengunjungi Kafe X di kemudian hari. Selain itu terdapat pula beberapa pengunjung yang baru mengunjungi Kafe X pertama kali sudah merasa tidak nyaman pada Kafe X sehingga memutuskan untuk tidak mengunjungi Kafe X di kemudian hari. Pada keputusan kunjungan kembali yang diberikan pengunjung, masih terdapat 8 orang pengunjung yang masih memutuskan untuk kembali mengunjungi Kafe X di kemudian hari. Menurut salah satu orang dari 8 orang pengunjung yang memutuskan untuk mengunjungi kembali

Kafe X ini menyatakan bahwa ingin melihat tindak lanjut dari keluhan yang diberikan sehingga mereka dapat lebih nyaman untuk mengunjungi Kafe X di periode selanjutnya. Mereka berharap bahwa keluhan yang diberikan dapat ditanggapi sehingga tidak terjadi lagi saat kunjungan selanjutnya dilakukan.

Berdasarkan tingkat kunjungan kembali yang telah diajukan kepada 20 orang responden sebelumnya, maka diberikan pertanyaan mengenai tanggapan pelanggan terhadap Kafe X untuk mengetahui keluhan yang dirasakan. Hampir keseluruhan pelanggan memberikan pujian pada rasa menu yang diberikan. Namun terdapat beberapa keluhan yang diberikan oleh pelanggan pada Kafe X. Tabel I.1 berikut merupakan rekapitulasi keluhan yang disampaikan pelanggan Kafe X.

Tabel I.1 Keluhan yang dialami pelanggan Kafe X Berdasarkan Hasil Wawancara

No	Keluhan Pengunjung	Jumlah Keluhan
1	Pesanan datang dengan waktu yang lama	15
2	Porsi menu yang tidak sesuai harga	12
3	Lahan parkir yang kecil	5
4	Beberapa menu yang tidak tersedia	8
5	Wifi yang lambat	4
6	Pelayan kurang ramah	2
7	Kondisi ruangan yang panas dan lembab	4
8	Karyawan kurang menjelaskan menu	3
9	Tempat yang tidak bersih	11

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada pelanggan, dapat dilihat bahwa terdapat frekuensi keluhan yang disampaikan. Keluhan dengan frekuensi terbanyak jatuh pada keluhan mengenai pesanan datang dengan waktu yang lama. Keluhan ini dialami oleh 15 orang dari total 20 orang yang dilakukan wawancara. Selain itu, disusul pula dengan keluhan mengenai porsi menu yang tidak sesuai harga, dan tempat yang tidak bersih memiliki frekuensi yang cukup banyak. Kemudian terdapat pula keluhan kecil seperti lahan parkir, kecepatan wifi, karyawan yang tidak menjelaskan menu, karyawan kurang ramah, kondisi ruangan, serta menu yang tidak tersedia.

Seorang pelanggan menyatakan bahwa pesanan yang disajikan cukup lama meskipun Kafe X ini sedang sedikit orang yang datang. Pelanggan tersebut menyatakan bahwa akan semakin baik jika penyajian pesanan dapat dilakukan lebih cepat, terutama bila tidak terdapat antrian yang panjang dalam pesanan.

Disamping dari keluhan tersebut, pelanggan yang diwawancarai cukup puas dengan rasa dari menu yang diberikan. Pelanggan yang lain juga mengeluhkan mengenai porsi menu yang tidak sesuai serta kebersihan dari tempat. Porsi menu yang diberikan terkesan sedikit bila dibandingkan dengan harga yang cukup tinggi menurut pelanggan.

Salah satu pelanggan menyatakan bahwa area Kafe X bagian luar cukup kotor, sehingga kurang nyaman untuk bersantai di Kafe dalam waktu yang lama. Pada area bagian dalam Kafe X mendapatkan pujian dari beberapa pelanggan karena memberikan suasana yang nyaman dengan fasilitas *Air Conditioner*. Selain keluhan yang diberikan, terdapat beberapa pelanggan cukup menyayangkan karena area bagian dalam tersebut cukup terbatas sehingga hanya dapat ditempati oleh beberapa orang. Pelanggan menyatakan bahwa tidak masalah jika area bagian dalam tersebut terbatas, asalkan area bagian luar juga dibuat nyaman dengan memberikan kebersihan yang layak. Keluhan yang dinyatakan oleh 20 orang pelanggan tersebut menjadi permasalahan yang harus ditanggapi oleh pemilik Kafe X agar dapat menanggulangi turunnya pendapatan.

Berdasarkan hasil wawancara langsung yang dilakukan terhadap 20 orang pelanggan, dapat dilihat bahwa perlunya perbaikan pada atribut pelayanan yang diberikan oleh Kafe X. Hal ini menjadi dugaan pemilik Kafe X sebagai dampak pada penurunan pendapatan yang diperoleh Kafe X. Pemilik Kafe X ingin mencoba untuk memperbaiki dan menanggapi keluhan dari pelanggan yang diberikan. Berdasarkan keluhan yang diberikan pelanggan, pemilik Kafe X memiliki kebingungan mengenai atribut keluhan yang harus diberikan prioritas untuk diperbaiki terlebih dahulu. Prioritas ini diperlukan agar pelanggan tetap puas dan merasa nyaman saat berada di Kafe X dalam periode ke depannya. Pemilik Kafe X pun ingin agar keluhan ini dapat segera diatasi mengingat pendapatan yang terus menurun.

Menurut Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini dapat dilihat dari cara penyedia jasa memperlakukan konsumen. Kualitas layanan dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan terbentuknya loyalitas pelanggan karena kepuasan pelanggan yang tinggi, maka hal tersebut akan membuat pelanggan untuk mengunjungi dan menggunakan kembali jasa di kemudian hari. Berdasarkan keluhan pelanggan

yang telah teridentifikasi, maka dapat dilihat bahwa keluhan tersebut diberikan sesuai dengan layanan yang diberikan Kafe X, sehingga terdapat sejumlah atribut layanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan adanya keluhan pelanggan tersebut, maka perlu diketahui atribut layanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun atribut layanan yang diperbaiki bukan hanya yang bernilai rendah, karena nilai rendah tersebut belum tentu menunjukkan bahwa atribut tersebut berpengaruh pada kepuasan pelanggan, begitu pula ketika atribut memiliki nilai tinggi belum tentu perlu dilakukan perbaikan.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka dapat dilihat bahwa permasalahan berada pada ketidakpuasan pelanggan akibat kualitas layanan yang diberikan Kafe X. Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan Kafe X yaitu menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Menurut Tontini, G., & Picolo, J. D. (2010), *Improvement Gap Analysis* (IGA) merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut dari layanan dengan menggunakan pemetaan kuadran untuk mengevaluasi ketidakpuasan pelanggan saat atribut layanan tersebut memiliki *performansi* rendah dan kepuasan pelanggan ketika atribut layanan tersebut telah dilakukan perbaikan.

Menurut Tontini, G., & Picolo, J. D. (2010), metode IGA merupakan pengembangan dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Hal yang membedakan IGA dengan metode pengujian IPA yaitu terletak pada kondisi *performansi* yang ditinjau. IPA hanya meninjau kondisi *performansi* saat ini yang dihubungkan dengan kepuasan pelanggan sebagai suatu hubungan yang linear, sedangkan metode IGA membandingkan ketidakpuasan pelanggan yang diharapkan jika nilai suatu atribut layanan bernilai rendah terhadap dampak yang diharapkan pada kepuasan pelanggan jika suatu atribut layanan ditingkatkan. Metode IGA memiliki beberapa jenis pertanyaan yang diberikan yaitu pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional, dan *current satisfaction*. Ketiga jenis pertanyaan tersebut dilakukan untuk melihat pandangan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Selain itu, metode IGA juga tidak memerlukan informasi mengenai pesaing, sehingga hanya berfokus kepada peningkatan *performansi* perusahaan.

Metode IGA dapat memisahkan antara *Excitement Attribute* dengan *Basic Attribute*. Hal ini menutupi kekurangan dari metode IPA yang cenderung

menghasilkan perbaikan pada *Basic Attribute* yang mana atribut tersebut menunjukkan layanan yang harus ada, tetapi tidak meningkatkan kepuasan pelanggan). Metode IGA menghasilkan perbaikan pada *Excitement Attribute* yang menunjukkan bahwa ketika suatu atribut layanan dihadirkan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Metode IGA juga menutupi kelemahan pemodelan KANO yang hanya berfokus pada peningkatan atribut layanan yang sudah ada atau bersifat *must-be* yang mana peningkatan atribut yang harus ada ini belum tentu meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan. Menurut Berger et al (1993), model Kano juga memiliki kekurangan diantaranya adalah hasil dari Model Kano hanya dapat mengelompokkan kebutuhan pelanggan, namun tidak bisa melihat sejauh mana nilai *performansi* kepuasan pelanggan yang dihasilkan dari atribut layanan tersebut. Dengan menggunakan metode IGA, dapat dilihat prioritas atribut layanan yang digambarkan dalam 4 bagian kuadran sehingga dapat diketahui besarnya kepuasan pelanggan yang diperoleh bila atribut layanan tersebut dilakukan perbaikan. Hal ini sesuai dengan pernyataan pemilik Kafe X yang ingin mengetahui prioritas perbaikan dari permasalahan atribut layanan dan besarnya kepuasan pelanggan yang diperoleh bila atribut tersebut diperbaiki. Berdasarkan prioritas atribut layanan tersebut, maka dapat dicari akar permasalahan agar dapat mengetahui penyebab dari keluhan yang diberikan pelanggan. Pencarian akar masalah ini dilakukan menggunakan diagram *fishbone*. Dalam melakukan penilaian terhadap kualitas layanan, akan digunakan dengan bantuan alat ukur *Modified DINESERV*. Alat ukur ini digunakan untuk menentukan atribut yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan dengan melihat kualitas pelayanan yang ada saat ini.

Berdasarkan identifikasi masalah yang diberikan, maka dapat dilakukan pembuatan rumusan masalah yang ada pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Kafe X saat ini?
2. Bagaimana prioritas perbaikan atribut layanan Kafe X berdasarkan *Improvement Gap Analysis* (IGA) ?
3. Apa usulan perbaikan yang atribut layanan Kafe X berdasarkan akar masalah dari keluhan setiap atribut layanan?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa faktor yang menjadi batasan. Batasan ini dibuat untuk memfokuskan penelitian dalam melakukan tujuan penelitian. Berikut adalah batasan yang ada dalam penelitian ini. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap usulan sehingga tidak dibahas mengenai tahap implementasi. Selain dari batasan yang dibuat, terdapat pula asumsi penelitian yang akan dilakukan yaitu tidak terdapatnya perubahan pada sistem pelayanan Kafe X selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan identifikasi masalah yang telah dibuat, berikut merupakan tujuan dilakukannya penelitian ini.

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari Kafe X pada keadaan saat ini.
2. Mengetahui prioritas atribut yang akan dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Kafe X.
3. Mengetahui usulan perbaikan yang dapat diberikan kepada Kafe X untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

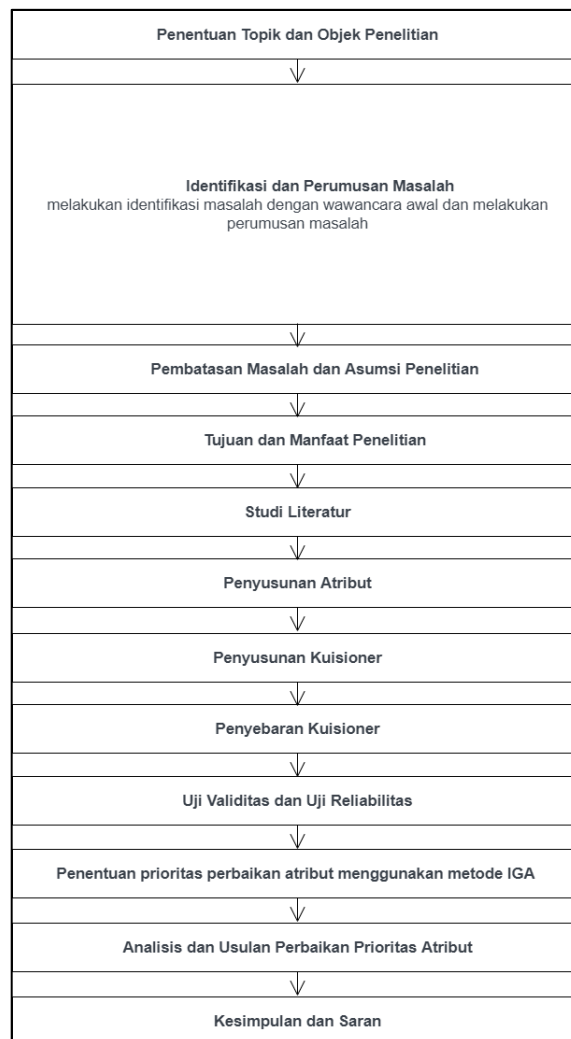
I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, terdapat manfaat yang akan diperoleh untuk pemilik permasalahan maupun pembaca. Manfaat ini berisi mengenai keuntungan yang diperoleh oleh berbagai pihak dengan dilakukannya penelitian ini. Berikut merupakan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

1. Pihak Kafe X mengetahui prioritas perbaikan dari atribut kualitas jasa sehingga dapat dilakukannya perbaikan pada permasalahan yang ada dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pihak Kafe X dapat mengetahui langkah yang dapat dilakukan dalam melakukan perbaikan permasalahan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan meningkatkan penjualan.
3. Masyarakat umum dapat mengetahui atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan dari Kafe X.
4. Masyarakat umum dapat memiliki wawasan mengenai cara meningkatkan kepuasan pelanggan.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai tahapan yang dilakukannya penelitian. Tahapan penelitian ini dilakukan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada Kafe X. Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan pada penelitian ini. Gambar I.8 berikut adalah tahapan penelitian yang dilakukan.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

Berdasarkan Gambar I.8 tersebut, berikut adalah penjabaran dari masing-masing tahapan penelitian.

1. Penentuan Topik dan Objek Penelitian

Tahapan pertama yang dilakukan yaitu menentukan objek penelitian. Pada penelitian yang akan dilakukan objek yang dipilih yaitu Kafe X.

Pemilihan topik permasalahan yang akan dibahas lebih lanjut yaitu mengenai kualitas jasa dari Kafe X.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahapan ini akan dilakukan wawancara dengan pemilik Kafe X untuk mengetahui permasalahan yang ada. Berdasarkan latar belakang tersebut, akan dilakukan wawancara pula kepada pelanggan yang pernah mengunjungi Kafe X dalam rangka menemukan akar permasalahan. Kedua wawancara tersebut dilakukan untuk membentuk identifikasi masalah dan pembuatan rumusan masalah yang akan diteliti selanjutnya.

3. Pembatasan dan asumsi masalah

Tahapan ini akan membatasi permasalahan yang ada dengan Selanjutnya dilakukan pembatasan dan asumsi terhadap permasalahan yang sedang diteliti. Pembuatan batasan dan asumsi berguna agar penelitian yang akan dilakukan tidak terlalu luas dan terfokus pada masalah yang ada.

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada tahapan ini akan dilakukan pembuatan tujuan dan manfaat penelitian yang akan dilakukan. Tujuan penelitian dibuat berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya. Manfaat penelitian dibuat untuk menunjukkan hal yang akan dirasakan ketika penelitian telah dilakukan.

5. Studi Literatur

Tahapan ini akan dilakukan untuk mengetahui metode penelitian yang akan dilakukan. Selain itu terdapat pula teori mengenai penelitian terdahulu yang membahas mengenai penelitian yang sama. Hal ini dilakukan sebagai titik acuan ketika penelitian dilakukan. Kemudian terdapat pula teori yang dikemukakan oleh para ahli mengenai metode penelitian yang dilakukan.

6. Penyusunan atribut

Tahapan ini akan dilakukan wawancara kepada pelanggan Kafe X. Wawancara ini dilakukan untuk menentukan atribut yang dipandang penting oleh pelanggan dalam mengunjungi Kafe X. Penentuan atribut ditentukan berdasarkan literatur yaitu menggunakan DINESERV.

7. Penyusunan kuesioner

Pada tahapan ini akan dilakukan penyusunan kuesioner dengan atribut yang telah ditentukan untuk mengukur kepuasan pelanggan Kafe X. Kuisisioner ini nantinya akan diberikan kepada pelanggan yang pernah mengunjungi Kafe X.

8. Penyebaran kuesioner

Tahapan ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada pelanggan Kafe X untuk memperoleh jawaban yang akan dipakai untuk penelitian.

9. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengujian hasil kuisisioner yang diperoleh. Pengujian validitas dan reliabilitas ini dilakukan untuk melihat keakuratan data yang diperoleh sehingga data yang diperoleh dapat mewakili keadaan yang sebenarnya.

10. Penentuan prioritas perbaikan atribut menggunakan metode IGA

Pada tahapan ini akan dilakukan penentuan prioritas perbaikan menggunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Prioritas perbaikan dapat dilihat dari pemetaan matriks IGA yang dibuat.

11. Analisis dan usulan perbaikan prioritas atribut

Pada tahapan ini akan dilakukan analisis untuk mengetahui penyebab permasalahan dari atribut yang akan dilakukan perbaikan. Analisis ini diperlukan untuk memutuskan usulan yang dapat dibuat untuk mengatasi permasalahan dari objek penelitian. Usulan akan dibuat berdasarkan penentuan prioritas perbaikan atribut yang dilakukan sebelumnya.

12. Kesimpulan dan saran

Tahapan terakhir ini dilakukan untuk merangkum secara keseluruhan penelitian yang telah dilakukan. Kemudian akan diberikan saran kepada pihak Kafe X dalam melakukan perbaikan ke depannya.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan dari penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penulisan berisi mengenai bab yang ada pada penelitian ini. Adapun pembuatan sistematika penulisan dilakukan sebagai langkah dan penjelasan mengenai penelitian yang dilakukan. Berikut adalah penulisan dari penelitian dengan judul "*Implementasi Metode Improvement Gap Analysis Dalam Perbaikan Layanan Kafe X* "

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan. Latar belakang masalah berisi mengenai gejala dari masalah utama pada penelitian ini. Identifikasi dan perumusan masalah berisi mengenai akar permasalahan yang telah dilakukan identifikasi kemudian permasalahan tersebut akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan. Pembatasan dan asumsi penelitian dilakukan agar penelitian yang dilakukan lebih fokus dan terarah. Tujuan penelitian berisi mengenai hal yang akan dicapai dengan dilakukannya penelitian. Manfaat penelitian berisi mengenai hal yang diperoleh ketika penelitian ini dilakukan baik bagi pihak Kafe X maupun pihak lainnya. Metodologi penelitian menjelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang digunakan pada penelitian. Pembuatan teori ini dilakukan sebagai panduan dasar untuk dilakukannya pengolahan data. Pembuatan teori ini juga dilakukan agar memudahkan peneliti dalam menyelesaikan permasalahan pada penelitian.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu melalui wawancara dan kuesioner yang diberikan kepada pelanggan yang pernah mengunjungi Kafe X. Pengolahan yang akan dilakukan berisi mengenai uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kecocokan data, kemudian dilakukan pembuatan prioritas atribut berdasarkan IGA. Prioritas atribut akan dilakukan analisa untuk mencari akar permasalahan. Akar permasalahan yang ada akan dilakukan usulan perbaikan untuk meningkatkan permasalahan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

BAB IV ANALISIS

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisis yang dilakukan dari penelitian. Analisis ini dibuat berdasarkan prioritas perbaikan dari atribut sesuai dengan metode IGA yang telah dilakukan. Analisis juga dilakukan untuk melihat kesesuaian perbaikan yang akan dilakukan dengan kepuasan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan akan berisi mengenai jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat serta tujuan dari penelitian. Saran pada penelitian ini bertujuan untuk memberikan masukan pada Kafe X dan penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

