

**EVALUASI DAN USULAN PERBAIKAN KUALITAS
LAYANAN MORÈ COFFEE & SPACE BERDASARKAN
INTEGRASI SERVQUAL DAN *IMPORTANCE*
*PERFORMANCE ANALYSIS***

SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Naufal Rafi Aditya
NPM : 6131901051



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Naufal Rafi Aditya
NPM : 6131901051
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : *EVALUASI DAN USULAN PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN MORE COFFEE & SPACE BERDASARKAN INTEGRASI SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Agustus 2023

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalifa 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 : Naufal Rafi Aditya

NPM : 6131901051

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**EVALUASI DAN USULAN PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN MORÈ COFFEE & SPACE
BERDASARKAN INTEGRASI SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS**

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, 27 Juli 2023

Naufal Rafi Aditya

NPM : 6131901051

ABSTRAK

MORÉ Coffee & Space merupakan salah satu *coffee shop* yang berada di Kabupaten Subang. MORÉ Coffee & Space melakukan penjualan minuman berbasis *coffee* maupun *non-coffee* serta makanan berat maupun makanan ringan. MORÉ Coffee & Space sangat ramai pengunjung sejak *opening* pada September 2021. Namun seiring berjalannya waktu, MORÉ Coffee & Space mengalami penurunan jumlah pelanggan. Hal ini menyebabkan target pendapatan yang telah ditentukan tidak tercapai. Identifikasi masalah dilakukan dengan wawancara terhadap 18 responden yang berada di MORÉ Coffee & Space. Dari 18 responden, 66,7% diantaranya merupakan pelanggan yang baru pertama kali berkunjung dan memilih untuk tidak akan berkunjung kembali dengan alasan keluhan terhadap layanan yang diterima. Berdasarkan identifikasi masalah diketahui bahwa MORÉ Coffee & Space tidak dapat mempertahankan pelanggannya agar dapat berkunjung kembali karena masalah kualitas layanan. Penentuan atribut kualitas layanan dilakukan dengan melakukan studi literatur terhadap 5 penelitian sejenis. Ditemukan 33 atribut untuk menilai kualitas layanan *coffee shop*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dan didapatkan 165 responden. Uji validitas dilakukan menggunakan pendekatan analisis faktor dengan hasil terbentuk satu faktor dan seluruh atribut valid karena memiliki *loading factor* $>0,4$. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan nilai *Cronbach's Alpha* didapat $>0,7$ yang berarti data memiliki reliabilitas yang baik. Pengolahan data dilakukan menggunakan metode SERVQUAL dan didapatkan rata-rata skor SERVQUAL sebesar -1,93 yang berarti kualitas layanan berada pada kondisi yang kurang baik. Dilakukan penentuan tingkat kepentingan untuk prioritas perbaikan dengan diagram IPA. Didapatkan 9 atribut yang memerlukan tindakan segera yang berada pada Kuadran I diagram IPA. Dari 9 atribut yang menjadi prioritas perbaikan diberikan 16 usulan perbaikan.

ABSTRACT

MORÉ Coffee & Space is a coffee shop located in Subang Regency. MORÉ Coffee & Space sells coffee and non-coffee-based drinks as well as heavy meals and snacks. MORÉ Coffee & Space has been very busy with visitors since opening in September 2021. However, over time, MORÉ Coffee & Space has experienced a decline in the number of consumers. This causes the predetermined revenue target not to be achieved. Problem identification was carried out by interviewing 18 respondents who were at MORÉ Coffee & Space. Of the 18 respondents, 66.7% of them were consumers who were visiting for the first time and chose not to visit again for reasons of complaints about the services received. Based on the identification of the problem, it is known that MORÉ Coffee & Space cannot retain its customers so they can come back because of service quality problems. Determination of service quality attributes is carried out by conducting a literature study of 5 similar studies. Found 33 attributes to assess the quality of coffee shop services. Data collection was carried out using a questionnaire and obtained 165 respondents. The validity test was carried out using a factor analysis approach with the result that one factor was formed and all attributes were valid because they had a loading factor > 0.4. The reliability test was carried out using Cronbach's Alpha with a Cronbach's Alpha value obtained > 0.7, which means that the data has good reliability. Data processing was carried out using the SERVQUAL method and obtained an average SERVQUAL score of -1.93, which means that the quality of service is in a bad condition. Determine the level of importance for priority improvements with IPA diagrams. There are 9 attributes that require immediate action which are in Quadrant I of the IPA diagram. Of the 9 attributes that are priority improvements, 16 suggestions for improvement are given.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan hidayat-Nya, laporan skripsi dengan judul "EVALUASI DAN USULAN PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN MORE COFFEE & SPACE BERDASARKAN INTEGRASI SERVQUAL DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*" dapat selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Laporan skripsi ini diselesaikan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Sarjana Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dorongan berbagai pihak, hingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing tunggal dalam penyusunan skripsi
3. Bapak Ir. Marihot Nainggolan, S.T, M.T., M.S. dan Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE., selaku dosen penguji dalam sidang proposal skripsi dan sidang skripsi penulis
4. Ibu Ismi Fatharany, Bapak Irsyad Taftahani Barkah, dan seluruh pihak dari MORE Coffee & Space yang telah mengizinkan tempatnya menjadi objek penelitian
5. Bapak Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., M.I.M., selaku dosen wali penulis selama melakukan studi di Program Studi Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan
6. Seluruh staf pengajar Program Studi Sarjana Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan selama penulis melakukan studi di Program Studi Sarjana Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu

dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Pada akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Masih terdapat kekurangan dari isi, penulisan, maupun kata kata yang digunakan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak untuk dapat menjadi perbaikan bagi penulis di masa yang akan datang.

Bandung, 27 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi Masalah 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-15
I.6 Metodologi Penelitian	I-15
I.7 Sistematika Penulisan	I-18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Jasa	II-1
II.2 Kualitas Layanan	II-3
II.3 SERVQUAL	II-5
II.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	II-6
BAB III EVALUASI DAN PRIORITAS PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN	III-1
III.1 Identifikasi Atribut Kualitas Layanan <i>Coffee Shop</i>	III-1
III.2 Pengembangan Kuesioner	III-11
III.2.1 Kuesioner Profil Responden	III-11
III.2.2 Kuesioner Penilaian Atribut Kualitas Layanan	III-12
III.2.3 Kuesioner Pengukuran Tingkat Kepentingan IPA	III-12
III.3 Penyebaran Kuesioner	III-13
III.4 Profil Responden	III-14
III.5 Pengujian Kuesioner.....	III-21

III.6	Pengukuran Tingkat Kualitas Layanan	III-26
III.7	Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan.....	III-28
BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....		IV-1
IV.1	Analisis Tingkat Kualitas Layanan	IV-1
IV.2	Analisis Tingkat Kepentingan.....	IV-3
IV.3	Usulan Perbaikan.....	IV-5
IV.3.1	Usulan Perbaikan Atribut A20	IV-5
IV.3.2	Usulan Perbaikan Atribut A18	IV-9
IV.3.3	Usulan Perbaikan Atribut A17	IV-11
IV.3.4	Usulan Perbaikan Atribut A19	IV-14
IV.3.5	Usulan Perbaikan Atribut A23	IV-16
IV.3.6	Usulan Perbaikan Atribut A3	IV-18
IV.3.7	Usulan Perbaikan Atribut A7	IV-19
IV.3.8	Usulan Perbaikan Atribut A27	IV-21
IV.3.9	Usulan Perbaikan Atribut A6	IV-24
IV.4	Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-25
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		V-1
V.1	Kesimpulan	V-1
V.2	Saran	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Peta Lokasi MORE Coffee & Space.....	I-3
Gambar I.2 Area Depan MORE Coffee & Space	I-4
Gambar I.3 Area Samping MORE Coffee & Space.....	I-5
Gambar I.4 Penurunan Pendapatan MORE Coffee & Space	I-6
Gambar I.5 Preferensi Pelanggan terhadap Kunjungan ke <i>Cafè</i>	I-8
Gambar I.6 Metodologi Penelitian	I-16
Gambar II.1 Kuadran pada <i>Importance Performance Analysis</i>	II-7
Gambar III.1 Persentase Jenis Kelamin Responden	III-14
Gambar III.2 Persentase Usia Responden.....	III-15
Gambar III.3 Persentase Pekerjaan Responden.....	III-15
Gambar III.4 Persentase Frekuensi Kunjungan ke <i>Coffee Shop</i>	III-16
Gambar III.5 Persentase Kunjungan ke Berapa di MORE Coffee & Space.....	III-16
Gambar III.6 Persentase Aktivitas Responden di <i>Coffee Shop</i>	III-17
Gambar III.7 Persentase Lama Waktu Responden di <i>Coffee Shop</i>	III-18
Gambar III.8 Persentase Perokok Aktif di <i>Coffee Shop</i>	III-18
Gambar III.9 Persentase Penilaian Kualitas Layanan Secara Keseluruhan di MORE Coffee & Space.....	III-19
Gambar III.10 Persentase Kepuasan Responden setelah Berkunjung ke MORE Coffee & Space.....	III-19
Gambar III.11 Persentase Kunjungan Kembali ke MORE Coffee & Space	III-20
Gambar III.12 Persentase Responden yang Akan Merekomendasikan MORE Coffee & Space.....	III-21
Gambar III.13 Hasil Pemetaan IPA	III-31
Gambar IV.1 Tampak Depan Toilet MORE Coffee & Space.....	IV-6
Gambar IV.2 Tampak Dalam Toilet MORE Coffee & Space.....	IV-7
Gambar IV.3 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A20.....	IV-7
Gambar IV.4 Usulan Jadwal Pembersihan Toilet.....	IV-8
Gambar IV.5 SOP Pembersihan Toilet	IV-9

Gambar IV.6 Suasana Tempat Makan dekat Kasir	IV-10
Gambar IV.7 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A18.....	IV-10
Gambar IV.8 Karyawan MORÉ Coffee & Space	IV-12
Gambar IV.9 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A17	IV-12
Gambar IV.10 Contoh Desain Seragam Karyawan.....	IV-13
Gambar IV.11 Meja-Meja yang Sudah Berkarat dan Kursi Tanpa Senderan.....	IV-14
Gambar IV.12 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A19.....	IV-15
Gambar IV.13 Usulan Penggantian Kursi dengan Senderan	IV-16
Gambar IV.14 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A23.....	IV-17
Gambar IV.15 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A3.....	IV-18
Gambar IV.16 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A7	IV-20
Gambar IV.17 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A27	IV-21
Gambar IV.18 Tampilan Menu MORÉ Coffee & Space	IV-22
Gambar IV.19 Contoh Usulan Menu	IV-23
Gambar IV.20 <i>Fishbone Diagram</i> Permasalahan Atribut A6.....	IV-24

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Keluhan dari Situs <i>Google</i>	I-10
Tabel III.1 Referensi Jurnal Atribut Kualitas Layanan	III-1
Tabel III.2 Identifikasi Atribut Kualitas Layanan Coffee Shop	III-3
Tabel III.3 Validasi Atribut Kualitas Layanan yang Hanya Muncul di Satu Sumber Referensi	III-7
Tabel III.4 Hasil Identifikasi Atribut Kualitas Layanan Coffee Shop	III-10
Tabel III.5 Hasil Uji KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	III-22
Tabel III.6 <i>Output Anti-Image-Correlation</i>	III-22
Tabel III.7 <i>Output Communalities</i>	III-23
Tabel III.8 <i>Output Component Matrix</i>	III-25
Tabel III.9 Hasil Uji Reliabilitas dengan <i>Cronbach's Alpha</i>	III-26
Tabel III.10 Skor SERVQUAL	III-27
Tabel III.11 Perhitungan IPA	III-29
Tabel III.12 Pembagian Atribut Berdasarkan Kuadran IPA	III-32
Tabel IV.1 Rekapitulasi Usulan Perbaikan	IV-25

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PROFIL RESPONDEN, PENILAIAN KUALITAS
LAYANAN, DAN TINGKAT KEPENTINGAN

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, dan rumusan masalah yang dirancang. Pada pendahuluan pula terdapat batasan dan asumsi dari penelitian yang dilakukan. Kemudian berdasarkan rumusan masalah yang dibuat, akan dibuat pula tujuan penelitian. Lalu terdapat manfaat dari penelitian yang dilakukan dan juga terdapat metodologi penelitian

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri kuliner di Indonesia semakin pesat setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya tempat makan, restoran, *café* maupun *coffee shop*. Berdasarkan artikel Kemenperin.go.id (2022), pertumbuhan industri makanan dan minuman di triwulan III-2022 mencapai 3,57%, lebih tinggi dari periode yang sama di tahun lalu yang tercatat 3,49%. Nilai tersebut dapat dikatakan sebagai kenaikan yang cukup signifikan untuk pertumbuhan industri makanan dan minuman pada tahun 2022. Dimana terdapat kenaikan sebanyak 0,08% dengan hanya dalam interval waktu kurang lebih satu tahun saja. Selain itu pula, jumlah penduduk Indonesia yang semakin bertambah dapat menjadi faktor pendorong bertumbuhnya industri kuliner di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2022), jumlah penduduk Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 1,13% dari tahun sebelumnya. Dimana pada tahun 2021 diproyeksikan sebanyak 272,68 juta jiwa, sedangkan pada tahun 2022, diproyeksikan sebanyak 275,77 juta jiwa.

Salah satu bagian dari industri kuliner adalah industri kopi. Perkembangan Industri kopi di Indonesia semakin berkembang setiap saat, hal tersebut dalam dilihat pada artikel Pelopor.id (2022) berdasarkan pernyataan dari Menko Bidang Perekonomian, Airlangga Hartato, yang menyampaikan bahwa industri kopi Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan, mencapai 250% dalam kurun waktu 10 tahun terakhir. Hal tersebut dapat diartikan rata rata pertumbuhan industri kopi Indonesia mencapai 25% per tahun. Pertumbuhan yang terjadi pada sektor kuliner

dan industri kopi dapat dirasakan dengan banyak bermunculan restoran atau *coffee shop* baru di sekitar kita. Dari mulai kota kota besar, hingga sekarang banyak *coffee shop* baru yang bermunculan di daerah daerah hampir seluruh penjuru Indonesia. Pertumbuhan tempat usaha seperti *coffee shop* didukung pula dengan meningkatnya tren minum kopi di Indonesia. Dengan berbekal pertumbuhan jumlah penduduk di Indonesia, dan diiringi dengan gaya hidup nya yang meningkat, maka industri kopi menjadi suatu pasar yang memikat dan potensial untuk pelaku usaha. Sekarang ini, gaya hidup yang menjadi aktivitas rutin untuk orang yang bekerja kantoran, mahasiswa, maupun kalangan lainnya, adalah meminum secangkir kopi sembari bekerja ataupun hanya sekedar mencari inspirasi. Tren minum kopi dirasa sangat erat untuk anak muda yang menikmati kopi sembari mengobrol, menikmati suasana dengan segala fasilitas yang tersedia, maupun menikmati *live music*. Menurut investor.id (2020), tren konsumsi kopi di Indonesia meningkat drastis selama satu dasawarsa terakhir, hal ini dapat dilihat dari data Organisasi Kopi Dunia (*International Coffee Organization/ICO*), yang menyatakan tingkat konsumsi kopi Indonesia tumbuh 44% dalam periode sepuluh tahun sejak Oktober 2008 sampai dengan September 2019 (investor.id, 2020). Dengan meningkatnya tingkat konsumsi kopi di Indonesia, maka usaha *coffee shop* akan menjadi usaha yang memikat para pelaku bisnis untuk dapat mengambil pasar yang ada sesuai dengan tren yang sedang meningkat.

Coffee shop merupakan salah satu tipe jenis restoran yang sekarang ini banyak bermunculan di masyarakat dengan konsep yang beragam. Menurut Atmodjo (2005), terdapat 22 jenis tipe restoran, salah satunya adalah *coffee shop*. *Coffee shop* menjadi tempat yang menjadi tren khususnya di kalangan anak muda. Menurut KBBI, *coffee shop* atau kedai kopi merupakan tempat yang menyediakan minuman seperti kopi atau teh dan makanan kecil seperti kue-kue dan sebagainya. Menurut Atmodjo (2005), *coffee shop* adalah suatu tempat atau kedai yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Pada salah satu daerah di Jawa Barat, yaitu Kabupaten Subang, perkembangan *coffee shop* dapat dilihat pada jumlah total tempat usaha restoran yang mengalami peningkatan. Berdasarkan artikel Open Data Jabar (2021), jumlah total restoran yang ada di kabupaten subang pada tahun 2021 adalah sebanyak 362 unit usaha. Jumlah ini meningkat dari 2 tahun sebelumnya yang

memiliki jumlah unit usaha sebanyak 189 saja. Jumlah tersebut merupakan total dari seluruh restoran, yang mencakup rumah makan, *coffee shop*, dan *café*. Dengan kenaikan tersebut, maka akan terjadi pembagian pasar pelanggan untuk pelaku usaha kuliner di Kab. Subang, yang salah satunya adalah pelaku usaha *coffee shop*. Data tersebut didukung pula dengan pasar pelanggan yang datang ke *coffee shop* di Subang yang cenderung selalu ramai dipenuhi oleh pelanggan dari berbagai rentang usia. Selain itu, jika dilihat berdasarkan pengamatan yang dilakukan, terdapat banyak *coffee shop* baru yang bermunculan dengan beragam konsep baru yang diusung.

Salah satu *coffee shop* yang berada di Kabupaten Subang adalah MORE Coffee & Space. MORE Coffee & Space merupakan *coffee shop* yang berdomisili di Kabupaten Subang, Jawa Barat. *Coffee Shop* ini memiliki konsep industrial minimalis dengan *seating semi-outdoor*. Lokasi tepatnya berada di Jalan Otista No.115, Kabupaten Subang. Berikut merupakan peta lokasi dari MORE Coffee & Space.



Gambar I.1 Peta Lokasi MORE Coffee & Space

MORE Coffee & Space berdiri sejak 8 Agustus 2021. Aktivitas yang dijalankan oleh *coffee shop* ini berupa penjualan aneka minuman dan makanan. Minuman yang ditawarkan khususnya adalah minuman dengan berbahan dasar kopi. Namun terdapat pula minuman lain yang berbahan dasar susu, teh, dan soda. Kemudian

makanan yang dijual berupa beberapa cemilan, makanan berat, mie, dan lain lain. Kebanyakan pelanggan datang ke tempat ini untuk menikmati kopi, mengobrol bersama teman, berkumpul, mengadakan rapat kerja, makan siang, dan aktivitas lainnya. Terdapat beberapa menu andalan dari MORE Coffee & Space, yaitu Es Kopi Susu Lokal MORE, *Cookies and Cream*, Aneka Dimsum, dan Indomie A'la MORE. *coffee shop* ini memiliki lokasi tepat di tengah Kota Subang, sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh warga Subang dari berbagai daerah. Selain itu, *coffee shop* ini juga menjadi jalur lewatan untuk menuju ke Bandung dari arah Jakarta. Konsep *semi-outdoor* sangat ditunjukkan di *coffee shop* ini, hal ini menjadikan seluruh area tempat duduk di *coffee shop* ini merupakan *smoking area*. Konsekuensi dari area yang *semi-outdoor* ini menjadikan tempat ini kurang nyaman jika siang hari karena panas terik matahari yang sangat menyorot dari segala arah. Berikut merupakan gambaran dari MORE Coffee & Space.



Gambar I.2 Area Depan MORE Coffee & Space

Gambar I.2 merupakan tampak area depan dari MORE Coffee & Space. Pada bagian depan terdapat kasir tempat melakukan transaksi. Terdapat pula meja dan kursi yang terletak didepan kasir. Kemudian terdapat tangga yang dapat menuju ke

lantai 2 tepat diatas kasir. Dapat dilihat pula bahwa seluruh area di MORE Coffee & Space merupakan area yang *semi-outdoor*. Terdapat beberapa area meja dan tempat duduk di depan dari kasir *coffee shop*. Kemudian berikut merupakan tampak area tempat duduk samping yang terlihat pada Gambar 1.3. Area samping memiliki beberapa meja dan tempat duduk dengan dibawah oleh pohon besar dan juga paranet untuk sekedar menghalangi sinar matahari yang menyorot.



Gambar 1.3 Area Samping MORE Coffee & Space

Gambar 1.3 merupakan gambar area tempat duduk samping dari MORE Coffee & Space. Dapat dilihat pada area samping memiliki area yang *full-outdoor* dan hanya menggunakan paranet sebagai atap nya untuk sekedar menghadap sinar matahari yang terlalu menyorot. Lalu-lalang dari kendaraan dan orang yang baru sampai di *coffee shop* akan melewati jalan yang terlihat pada Gambar 1.3. Kendaraan yang lewat akan melewati area samping dari *coffee shop*.

Pada saat *soft opening*, *coffee shop* ini cukup ramai pelanggan hingga hampir setiap hari seluruh meja dan kursi selalu penuh oleh pelanggan, apalagi di malam hari dan di akhir pekan. Seiring dengan berjalannya waktu, pelanggan yang datang ke MORE Coffee & Space tidak lagi seramai saat masih dalam suasana *opening*. Hal ini

dapat dilihat dari meja dan kursi yang tidak selalu penuh saat malam hari dan akhir pekan. Berdasarkan hal tersebut, menurut Ismy (Pemilik MORE Coffee & Space) melalui wawancara singkat mengatakan bahwa perubahan yang dirasakan adalah ketika waktu 3 bulan setelah opening *coffee shop* dimana terjadi penurunan pendapatan dan juga pengurangan pelanggan yang dapat dilihat dari jumlah kursi terisi yang berkurang. Hal tersebut membawa dampak kepada *coffee shop* berupa tidak tercapainya target pendapatan yang sudah ditentukan sebelumnya saat merancang usaha *coffee shop* tersebut. Berdasarkan data pendapatan dari MORE Coffee & Space dan dibandingkan dengan target pendapatan dari pemilik *coffee shop* didapatkan bahwa seiring berjalannya waktu hingga saat ini, target pendapatan dari *coffee shop* tidak selalu tercapai. Berikut merupakan grafik pendapatan dengan target pendapatan yang ingin dicapai.



Gambar I.4 Penurunan Pendapatan MORE Coffee & Space

Berdasarkan Gambar I.4, dapat diketahui bahwa pada awal opening *coffee shop* antusias dari pelanggan sudah sesuai dengan target pendapatan yang ditentukan oleh pemilik yaitu dengan pendapatan sebesar Rp50.000.000 per bulannya. Kemudian seiring berjalannya waktu hingga bulan Januari 2023, penjualan bulanan selalu tidak mencapai target penjualan. Pemilik tentu sudah menentukan rencana *coffee shop* sebelum aktivitas *coffee shop* berjalan, sehingga ketika terdapat

hal yang tidak sesuai rencana, apalagi merupakan masalah finansial, hal ini akan berdampak buruk bagi *coffee shop* dengan kelangsungan bisnis yang dijalankan. Berdasarkan Gambar I.4 diketahui pula sejak bulan Februari 2022 sampai dengan Januari 2023, pendapatan cenderung menurun dan konstan. Pendapatan juga berada di bawah target penjualan yang sebelumnya telah ditentukan oleh pemilik *coffee shop*.

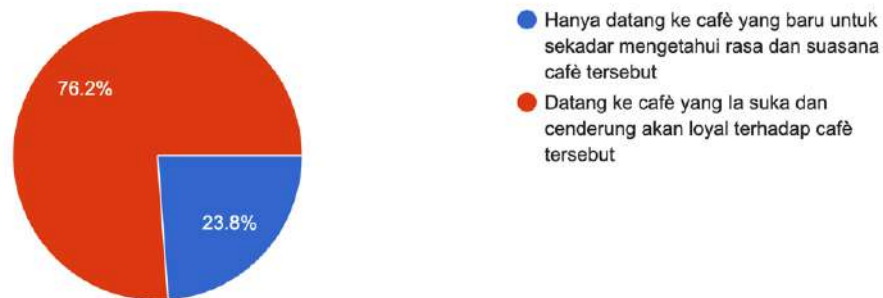
I.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil observasi langsung terhadap MORE Coffee & Space, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan yang datang adalah pelanggan yang baru, bukan pelanggan yang sudah pernah atau bahkan sudah sering datang ke MORE Coffee & Space. Berdasarkan pernyataan dari barista MORE Coffee & Space, mayoritas pelanggan yang datang merupakan pelanggan yang baru, dan mereka jarang menemukan pelanggan yang sering dan berkali kali datang ke MORE Coffee & Space. Menurut Ray Fajar, yang merupakan barista dari MORE Coffee & Space, perbandingan antara pelanggan baru dengan pelanggan yang sudah pernah datang adalah 70:30, dengan 70% merupakan pelanggan baru, dan 30% merupakan pelanggan yang sudah pernah datang.

Kemudian dilakukan observasi kepada *coffee shop* lainnya yang ada di Kota Subang, dan dibandingkan dengan MORE Coffee & Space, diketahui bahwa *coffee shop* lain cenderung memiliki pelanggan yang konsisten, namun tidak sampai penuh hingga perlu *waiting list* untuk dapat masuk. Terdapat pula pada beberapa *coffee shop* kompetitor yang teramat cukup banyak orang-orang yang loyal yang sering kembali datang ke *coffee shop* tersebut. Pada *coffee shop* kompetitor, kebanyakan *coffee shop* yang memang baru berdiri setelah MORE Coffee & Space, sehingga pada *coffee shop* yang baru berdiri, mayoritas pelanggan yang datang merupakan pelanggan yang baru dan berbeda-beda setiap harinya. Berdasarkan analisa terhadap *coffee shop* kompetitor, jika dibandingkan dari aspek harga, produk, dan lokasi. Lokasi dari MORE Coffee & Space cukup diuntungkan karena berada tepat di jantung Kota Subang. Kemudian dari aspek harga, MORE Coffee & Space memiliki rentang harga yang relatif lebih murah dibandingkan *coffee shop* lain. Dari aspek produk antara kompetitor tidak terasa berbeda signifikan satu sama lain. Kemudian, terdapat fenomena bahwa

pelanggan dan penikmat *coffee shop* di Subang hanya datang ke *coffee shop* yang baru berdiri saja karena rasa penasaran dan ingin mencoba tempat baru. Sama seperti masalah di MORE Coffee & Space pada awal *opening*, pelanggan yang datang sangatlah ramai sehingga meja dan kursi yang tersedia tidaklah cukup untuk menampung pelanggan yang datang.

Melihat fenomena tersebut, kemudian dilakukan analisa terhadap karakteristik pelanggan penikmat kuliner di Kota Subang, khususnya penikmat kopi yang datang ke *coffee shop* yang ada di Kota Subang. Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana preferensi pelanggan di Kota Subang. Apakah cenderung datang ke suatu tempat baru karena rasa ingin tahu saja, atau memang memiliki rasa loyalitas terhadap suatu tempat ketika menyukai tempat tersebut. Dilakukan penyebaran kuesioner untuk dapat mengetahui karakteristik pelanggan dalam preferensi nya terhadap kunjungan ke sebuah *coffee shop* atau *café* yang ada di Kota Subang. Kemudian didapat sejumlah 21 Responden dengan persebaran data sebagai berikut.



Gambar I.5 Preferensi Pelanggan terhadap Kunjungan ke *Café*

Berdasarkan Gambar I.5, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan datang ke *coffee shop* yang mereka suka dan cenderung akan kembali lagi ke *coffee shop* tersebut. Grafik tersebut didapat dari 21 responden. Selain itu, karakteristik responden yang diambil pun memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam dengan perbandingan jenis kelamin yang beragam pula. Dengan data tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan *coffee shop* di Kota Subang akan cenderung memiliki *coffee shop* andalannya. Dengan begitu, fenomena pelanggan Kota Subang

yang datang ke *coffee shop* yang baru berdiri hanya karena ingin tahu saja dapat dipatahkan dan perlu dilakukan analisis lebih lanjut terhadap akar masalah MORE Coffee & Space yang mengalami penurunan penjualan dan tidak tercapainya target penjualan.

Kemudian dilakukan wawancara terhadap 18 responden acak di MORE Coffee & Space yang. Wawancara dilakukan untuk menggali permasalahan yang terdapat pada *coffee shop* dan mengetahui mengapa MORE Coffee & Space tidak bisa mempertahankan pelanggan lama nya menjadi pelanggan yang loyal. Pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah "Sudah berapa kali anda berkunjung ke MORE Coffee & Space?". Jika responden yang menjawab baru pertama kali berkunjung, maka akan diberikan pertanyaan lanjutan "Apakah akan datang berkunjung kembali ke *coffee shop* ini?". Kemudian jika responden menjawab tidak akan berkunjung kembali atau ragu ragu, akan diberikan pertanyaan lanjutan berupa alasan mengapa tidak akan berkunjung kembali.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap 18 responden, didapat 6 responden sudah pernah berkunjung sebelumnya ke MORE Coffee & Space, kemudian 12 yang lainnya baru pertama kali berkunjung ke MORE Coffee & Space. Dari 12 responden yang merupakan pelanggan baru atau yang baru pertama kali berkunjung ke MORE semuanya memilih untuk tidak akan berkunjung kembali ke MORE Coffee & Space dengan alasan yang beragam. Alasan yang diberikan oleh 12 responden yang merupakan pelanggan baru dari MORE Coffee & Space adalah karena pelayanannya lambat, suasananya tidak cocok, tidak terdapat area *indoor*, cukup bising, tidak terdapat stop kontak yang dekat dengan meja, tidak terdapat area privasi, rasa kopi tidak konsisten, banyak serangga di salah satu sektor, rasa makanan yang kurang cocok, tidak terdapat *tissue* di setiap meja, kasir nya kurang ramah, dan terdapat kursi yang kurang nyaman. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa mayoritas pelanggan yang datang ke MORE Coffee & Space merupakan pelanggan baru, dan pelanggan baru tersebut cenderung tidak akan datang kembali ke MORE Coffee & Space karena ekspektasi mereka tidak sesuai dengan kenyataannya ketika berkunjung ke *coffee shop* terkait. Kemudian berdasarkan hasil wawancara tersebut pula, dapat diketahui keluhan keluhan yang diberikan oleh responden yang

merupakan alasan mereka tidak ingin kembali lagi ke MORE Coffee & Space. Hal ini dapat menjadi analisa lebih lanjut terhadap masalah masalah yang terdapat di MORE Coffee & Space sehingga ekspektasi dari pelanggan yang datang tidak dapat terpenuhi.

Kemudian dilakukan juga pengumpulan data ulasan dari *Google* untuk dapat mengetahui pendapat khususnya keluhan dari pelanggan terhadap MORE Coffee & Space. Berikut merupakan rekap data ulasan dari Situs *Google*.

Tabel I.1 Rekapitulasi Keluhan dari Situs *Google*

Sumber	Keluhan
Google	Pelayanannya lelet, nunggu lebih dari satu jam tidak ada kata maaf ataupun basa basi dari pelayan restonya
	Pelayanan online lambat
	Pelayanannya masih lambat
	Pesanannya lama
	Tempat yang nyaman dan keren. Hanya saja apabila hujan akan kebasahan
	Cozy sih cuman kurang tempat untuk cas HP
	Harganya murah, tapi pelayannya agak lama, dan tidak ada tissue di setiap meja

Berdasarkan Tabel I.1, dapat diketahui beberapa keluhan berdasarkan ulasan dari situs *Google*. Ulasan yang menjadi komentar negatif dan diperlukan perbaikan adalah pelayanan yang lama, baik itu pelayanan *online* maupun pelayanan *dine in*. Kemudian terdapat pula keluhan ketika kondisi hujan, pelanggan akan kebasahan. Terdapat pula keluhan dari pelanggan yaitu kurangnya tempat untuk *charge gadget* atau *handphone*.

Kemudian untuk lebih mengetahui masalah yang terjadi, dilakukan observasi langsung terhadap lokasi tempat, pelayanan, penyajian, dan hidangan dari MORE Coffee & Space. Berdasarkan hasil observasi, diketahui jika seluruh area MORE Coffee & Space merupakan area yang *semi-outdoor*, sehingga seluruh area merupakan *smoking area*. Ketika datang ke MORE Coffee & Space di siang hari, akan terasa panas karena area yang terbuka dan memungkinkan panas matahari yang

menyorot dan memantul dari jalanan. Lokasi MORE Coffee & Space berada tepat di persimpangan dan lampu merah, sehingga suara bising dari kendaraan akan sangat terdengar di seluruh area MORE Coffee & Space. Dari segi pelayanan, untuk minuman, penyajian minuman tidak cukup cepat dan tidak cukup lambat pula, namun untuk penyajian makanan, membutuhkan waktu yang cukup lama hingga membuat minuman yang sudah datang terlebih dahulu dapat habis lebih dulu. Dari segi rasa untuk makanan dan minuman cukup standar untuk sebuah *coffee shop*. Untuk harga dari makanan dan minuman relatif lebih murah dibandingkan kompetitor dari *coffee shop* lain yang ada di Kota Subang. Dari segi kenyamanan tempat, terdapat beberapa area meja yang nyaman untuk ditempati, namun terdapat pula beberapa area yang kurang nyaman dengan kursi yang tidak nyaman untuk diduduki dalam jangka waktu yang lama. Kemudian lokasi stop kontak tidak berada pada dekat meja atau tempat duduk. Pada saat memesan di kasir, pelayanan yang diberikan oleh kasir cukup buruk karena dirasakan tidak adanya interaksi atau *hospitality* yang baik yang ditunjukkan oleh pegawai kasir, seperti tidak menyapa pelanggan yang datang ketika akan memesan, dan tidak memberi saran dan memberi tahu menu menu rekomendasi dari *coffee shop*.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan, terdapat masalah dimana ekspektasi dari pelanggan yang datang khususnya pengunjung yang baru pertama kali datang ke MORE Coffee & Space tidak dapat terpenuhi setelah mengunjungi MORE Coffee & Space. Dari hal ini terdapat kesenjangan antara ekspektasi yang semulanya diharapkan oleh pelanggan, dengan kenyataan yang diberikan oleh objek atau *coffee shop*. Pada masalah di MORE Coffee & Space, terdapat ekspektasi pelanggan yang didapat berdasarkan keluhan dari wawancara yang dilakukan. Misalnya pelanggan yang mengeluh akan pesanan makanan yang lebih lama dari minuman, sehingga seringkali minuman yang datang sudah habis terlebih dahulu sebelum pesanan makanan datang. Maka terdapat ekspektasi pelanggan yang sebelumnya mengharapkan pesanan makanan yang datang bersamaan dengan pesanan minuman, ataupun jika tidak bersamaan, setidaknya pesanan makanan datang tidak lama setelah pesanan minuman datang. Sedangkan kenyataan dan layanan yang diberikan oleh MORE Coffee & Space tidak dapat memenuhi ekspektasi pelanggan

tersebut sehingga terdapat gap antara ekspektasi dengan kenyataan. Hal ini berkaitan dengan kualitas pelayanan menurut Parasuraman (2013), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Kemudian menurut Lewis & Booms (1983) kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Definisi layanan atau jasa menurut Kotler & Keller (2007) adalah setiap tindakan atau aktivitas yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dalam hal ini, *coffee shop* memberikan layanan atau jasa berupa penyajian, *hospitality*, area tempat *coffee shop* itu sendiri, kenyamanan, konsistensi menu, dan sinkronitas antara deskripsi menu dengan sajian yang diberikan. Sementara definisi kualitas itu sendiri, menurut Parasuraman (2013), adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa yang merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Dalam hal ini, berarti MORE Coffee & Space belum dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan sehingga MORE Coffee & Space tidak dapat mempertahankan pelanggan lama nya untuk dapat datang kembali.

Dalam konteks kualitas layanan, untuk dapat melakukan analisa terhadap kualitas layanan dari suatu tempat yang menyediakan layanan atau jasa, diperlukan atribut atribut kualitas layanan yang perlu ditentukan untuk kemudian dilakukan analisa lebih lanjut. Untuk dapat melakukan pengukuran terhadap atribut atribut kualitas layanan dan mengetahui selisih antara persepsi pelanggan dengan ekspektasi pelanggan, dapat menggunakan konsep SERVQUAL. Metode SERVQUAL merupakan salah satu metode yang menggunakan kuesioner sebagai alat untuk melakukan pengukuran kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Berry, & Zeithaml (1988). Dengan menggunakan metode SERVQUAL, akan diperoleh nilai skor SERVQUAL yang berupa gap (kesenjangan) antara kenyataan layanan yang diterima oleh pelanggan dengan eskpektasi pelanggan terhadap kualitas layanan pada umumnya.

Kemudian berdasarkan atribut yang ditentukan, akan dipilih atribut mana yang dapat mengevaluasi kualitas layanan dari MORE Coffee & Space. Kemudian, untuk dapat mengetahui pemetaan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari setiap

atribut, dan juga kesenjangan antara kenyataan yang diberikan dengan harapan dari atribut-atribut tersebut, dapat digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Martilla & James (1977), metode IPA dapat digunakan untuk mengevaluasi atribut-atribut pelanggan yang berupa kepentingan dan performansi, kemudian dapat ditentukan prioritas perbaikan. Metode IPA ini juga digunakan untuk dapat mengetahui tingkatan kepentingan dari setiap atribut yang sudah dinilai. Sehingga dapat diketahui atribut mana yang memiliki tingkat kepentingan lebih tinggi dan diprioritaskan dilakukan perbaikan. Pengukuran tingkat kepentingan yang berbeda dengan menggunakan IPA dilakukan karena ketika pelanggan memiliki tingkat penekanan yang berbeda terhadap masing-masing dari atribut yang dinilai. Satu pelanggan dapat lebih menekankan terhadap suasana dari *coffee shop*, pelanggan yang lain mungkin tidak menekankan lebih terhadap suasana, melainkan terhadap sajian makanan dari *coffee shop*. Sehingga ketika terdapat tingkat kepentingan yang berbeda, maka prioritas perbaikan mungkin dapat berbeda. Maka perlu dilakukan pemetaan dengan menggunakan IPA untuk mendapatkan prioritas perbaikan dan usulan perbaikan untuk *coffee shop*.

Dengan menggunakan atribut dan melakukan analisa dengan metode IPA, diharapkan dapat membantu MORE Coffee & Space untuk dapat meningkatkan kualitas layanannya sehingga dapat meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan yang diharapkan. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, dapat ditarik suatu rumusan masalah dari penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan rumusan masalah yang dibuat.

1. Apa saja atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan pada MORE Coffee & Space?
2. Bagaimana tingkat kualitas layanan di MORE Coffee & Space berdasarkan konsep SERVQUAL?
3. Bagaimana prioritas perbaikan atribut kualitas layanan di MORE Coffee & Space berdasarkan *Importance Performance Analysis*?
4. Apa saja usulan perbaikan yang diberikan pada MORE Coffee & Space untuk meningkatkan tingkat kualitas layanan?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ditentukan batasan dan asumsi dari penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada rumusan masalah yang akan dijawab. Selain itu, asumsi penelitian dibuat agar penelitian yang dilakukan tidak berubah sistemnya selama penelitian itu dilakukan, sehingga akan memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian. Berikut merupakan batasan dari penelitian.

1. Penelitian dilakukan hingga tahap usulan perbaikan, tidak sampai pada tahap implementasi pada objek penelitian.
2. Usulan perbaikan yang diberikan tidak mempertimbangkan biaya dan sumber daya lainnya.

Selanjutnya ditentukan juga asumsi-asumsi yang digunakan selama penelitian, yang merupakan dugaan yang diterima sehingga akan memfokuskan proses penelitian. Berikut merupakan beberapa asumsi dari penelitian yang diberikan.

1. Selama penelitian dilakukan, tidak ada perubahan pada cara layanan dan kebijakan yang ada di MORE Coffee & Space.
2. Tidak terjadi perubahan harga, menu, dan konsep dari MORE Coffee & Space selama penelitian dilakukan.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian dilakukan untuk dapat mencapai tujuan tujuan tertentu yang hendak dicapai. Tujuan penelitian dibuat berdasarkan perumusan masalah yang sebelumnya telah ditentukan dan akan diteliti untuk diketahui penyelesaian masalah yang dapat dilakukan. Berikut merupakan tujuan penelitian yang dibuat.

1. Mengetahui atribut yang dapat mengevaluasi kualitas layanan pada MORE Coffee & Space.
2. Mengetahui tingkat kualitas layanan dari MORE Coffee & Space
3. Mengetahui tingkat kepentingan atribut kualitas layanan pada MORE Coffee & Space.
4. Mengetahui usulan perbaikan yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh MORE Coffee & Space untuk meningkatkan kualitas layanan.

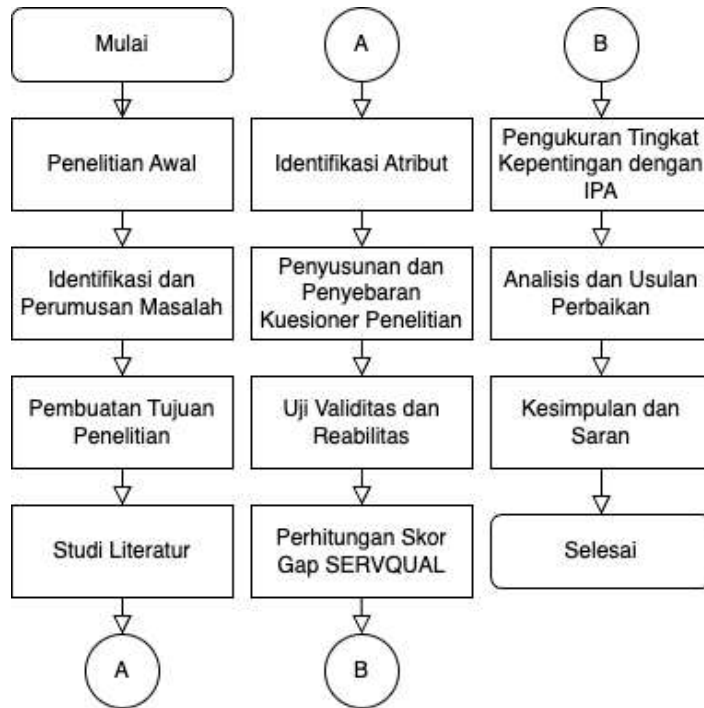
I.5 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, menghasilkan suatu kesimpulan dan saran yang berdampak menguntungkan atau manfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Memberikan informasi kepada MORE Coffee & Space mengenai kualitas layanan saat ini, ekspektasi pelanggan, dan rancangan usulan perbaikan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.
2. Memberikan usulan perbaikan bagi MORE Coffee & Space sebagai referensi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan
3. Menjadi referensi penelitian untuk pembaca yang akan melakukan penelitian serupa untuk memperbaiki kualitas layanan.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai alur dari penelitian yang akan dilakukan. Penelitian yang dilakukan akan berupa langkah-langkah sistematis yang dilakukan secara bertahap. Hal tersebut guna membuat penelitian lebih teratur dan memudahkan dalam melakukan keseluruhan proses penelitian. Alur dari penelitian yang dilakukan akan dibuat dalam bentuk diagram alir. Gambar I.6 berikut merupakan diagram alir yang dibuat untuk metodologi penelitian yang dilakukan. Berdasarkan diagram alir pada Gambar I.6, dapat dilihat tahap dari penelitian yang akan dilakukan dari awal penelitian hingga selesai. Untuk dapat memperjelas tahapan keseluruhan penelitian, akan diberikan penjelasan dari setiap poin dari tahapan. Pembuatan metodologi penelitian dengan tujuan untuk dapat melihat alur dari penelitian yang dilakukan. Penjelasan tahapan penelitian yang dibuat dalam bentuk diagram alir dapat menunjukkan alur atau langkah langkah dari penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan Gambar I.6 yang merupakan diagram alir dari metodologi penelitian yang dibuat.



Gambar I.6 Metodologi Penelitian

Gambar I.6 merupakan diagram alir dari metodologi penelitian yang dibuat. Berikut merupakan penjelasan dari setiap tahapan yang dilakukan.

1. Penelitian Awal

Penelitian terlebih dahulu dilakukan dengan menentukan objek penelitian yang akan diteliti. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian terpilih, yaitu MORE Coffee & Space. Dilakukan observasi langsung dan wawancara terhadap pemilik dan pengunjung pada *coffee shop*. Hal ini dilakukan untuk mengetahui masalah masalah yang ada pada MORE Coffee & Space.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Setelah melalui proses observasi langsung, wawancara, dan pencarian informasi mengenai objek yang diteliti, kemudian dilakukan identifikasi terhadap masalah masalah yang muncul. Masalah yang teridentifikasi kemudian akan dijadikan perumusan masalah. Rumusan masalah yang dibuat akan menentukan apa aja yang akan diteliti dari penelitian berdasarkan masalah yang ada.

3. Pembuatan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, akan dirancang sebuah tujuan dilakukannya penelitian. Tujuan penelitian selanjutnya akan menjadi bahan analisis untuk memperoleh usulan dan perbaikan yang optimal untuk objek yang diteliti. Selain itu, terdapat pula pembuatan batasan masalah dan asumsi penelitian yang dilakukan agar penelitian lebih terfokus dan tujuan yang dibuat dapat tercapai.

4. Studi Literatur

Berdasarkan masalah masalah yang akan diamati beserta dengan metode atau cara penyelesaian masalah yang dilakukan, akan dilakukan pencarian bahan pendukung berupa teori teori yang berupa studi literatur. Teori mengenai masalah dan metode yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan akan dicantumkan guna mendukung keseluruhan proses penelitian.

5. Identifikasi Atribut

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi atribut yang didapatkan dari penelitian serupa yang sebelumnya dilakukan. Dengan mencari jurnal atau penelitian lain yang sejenis dan mengevaluasi kualitas layanan mulai dari kualitas layanan secara umum maupun kualitas layanan secara spesifik untuk *coffee shop*. Kemudian akan ditentukan atribut yang sesuai untuk dapat mengevaluasi kualitas layanan pada MORÉ Coffee & Space

6. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Penelitian

Pada tahap ini, akan dilakukan pembuatan kuesioner untuk dapat melakukan penilaian terhadap atribut yang sebelumnya telah ditentukan. Kuesioner dibuat dalam empat bagian, bagian pertama merupakan profil dari responden, kemudian bagian kedua merupakan penilaian ekspektasi terhadap kualitas layanan *coffee shop* pada umumnya, bagian ketiga merupakan penilaian persepsi terhadap kualitas layanan MORÉ Coffee & Space, dan bagian keempat merupakan penilaian tingkat kepentingan untuk masing masing atribut.

7. Uji Validitas dan Reabilitas

Setelah melakukan pengumpulan data kuesioner, dilakukan uji statistik untuk mengetahui apakah data tersebut layak dijadikan untuk pengolahan data penelitian atau tidak. Akan dilakukan pengujian apakah data yang dikumpulkan valid atau tidak.

Kemudian uji realibilitas dilakukan untuk menentukan apakah data yang digunakan bersifat reliabel atau tidak.

8. Perhitungan Skor Gap SERVQUAL

Pada tahap ini, akan dilakukan perhitungan selisih kesenjangan antara persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan terhadap layanan. Perhitungan nilai gap akan dilakukan untuk setiap atribut yang teridentifikasi. Perhitungan skor atribut dilakukan berdasarkan atribut yang valid dan reliabel berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas sebelumnya.

9. Pengukuran Tingkat Kepentingan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Pada tahap ini, akan dilakukan penentuan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dari atribut yang telah dinilai. Dengan menggunakan metode IPA, atribut yang telah terpilih kemudian akan dipetakan pada matriks IPA. Hal ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut untuk selanjutnya menjadi alternatif solusi perbaikan. Sehingga hasil pengolahan data dapat menunjukkan tingkat kepentingan atribut untuk perbaikan berdasarkan pemetaan dengan matriks IPA.

10. Analisis dan Usulan Perbaikan

Setelah mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan, maka dilakukan analisis untuk menentukan perancangan perbaikan yang diberikan untuk objek penelitian. Usulan akan diberikan berupa hal hal yang perlu diperbaiki untuk dapat menjawab masalah yang ada.

11. Kesimpulan dan Saran

Setelah dilakukan keseluruhan penelittian, akan dilakukan pembuatan kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah dibuat. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil pengolahan dan analisis terhadap data dan masalah pada penelitian yang dilakukan.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai alur dari penelitian yang akan dilakukan. Penelitian yang dilakukan akan berupa langkah-langkah sistematis yang dilakukan secara bertahap. Hal tersebut guna membuat penelitian lebih teratur dan

memudahkan dalam melakukan keseluruhan proses penelitian. Penelitian akan terbagi menjadi lima bab utama, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, evaluasi dan prioritas perbaikan kualitas layanan, analisis dan usulan perbaikan, dan yang terakhir adalah kesimpulan dan saran.

Pada bab pertama, yaitu pendahuluan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, Latar belakang permasalahan menjelaskan data data yang mendukung penelitian ini. Kemudian dijelaskan mengenai identifikasi masalah serta perumusan masalah. Kemudian dijelaskan pula mengenai batasan dan asumsi yang digunakan untuk penelitian. Pada bab ini juga akan dijabarkan tujuan penelitian dan manfaat penelitian. Lalu akan dijelaskan metodologi penelitian yang akan dibuat dalam bentuk diagram alir yang akan menggambarkan seluruh proses penelitian

Pada bab kedua, yaitu tinjauan pustaka, dijelaskan mengenai teori teori yang berhubungan dengan keseluruhan penelitian yang dilakukan. Tinjauan pustaka dibuat agar dapat mendukung dan memperkuat penelitian yang dilakukan. Teori yang dilakukan peninjauan adalah teori untuk merumuskan masalah, menyelesaikan masalah, dan juga untuk memberikan rekomendasi perbaikan.

Pada bab ketiga, yaitu evaluasi dan prioritas perbaikan kualitas layanan, dijelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan. Kemudian dilakukan pula pengujian terhadap data yang sudah terkumpul dan juga dilakukan pengolahan data untuk dapat mengevaluasi tingkat kualitas layanan saat ini. Lalu dijelaskan pula penentuan prioritas perbaikan atribut kualitas layanan.

Pada bab keempat, yaitu analisis dan usulan perbaikan, dijelaskan mengenai analisa terhadap hasil pengolahan data. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai penentuan usulan perbaikan berdasarkan analisa terhadap akar permasalahan dari atribut yang menjadi prioritas perbaikan. Kemudian akan dapat diberikan usulan perbaikan untuk atribut yang menjadi prioritas perbaikan.

Pada bab kelima, yaitu kesimpulan dan saran, dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian. Kesimpulan dari penelitian akan menjawab tujuan penelitian yang sebelumnya telah ditentukan. Kemudian dijelaskan pula mengenai saran dari penelitian. Saran penelitian tertuju pada pihak objek penelitian maupun pembaca