

**PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LAYANAN WAROENG X DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* (IGA)**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

Nama : Silvia  
NPM : 6131901107



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

**PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LAYANAN WAROENG X DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* (IGA)**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

Nama : Silvia  
NPM : 6131901107



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Silvia  
NPM : 6131901107  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN WAROENG X DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* (IGA)

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, 15 Agustus 2023  
**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

Dr. Ceicalia Tesavitra, 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 : Silvia

NPM : 6131901107

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN  
WAROENG X DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPROVEMENT*  
*GAP ANALYSIS* (IGA)

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



Silvia

NPM : 6131901107

## ABSTRAK

Waroeng X merupakan salah satu restoran yang berada di Kota Bandung. Waroeng X merupakan sebuah rumah makan yang menjual berbagai jenis variasi makanan bakso dan mie ayam. Berdasarkan data yang diperoleh dari pemilik Waroeng X, terjadi penurunan penjualan yang signifikan. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 73,5% dari 54.220 pembelian dilakukan secara *dine in* sehingga penelitian akan difokuskan pada pembelian *dine in*. Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap 30 responden dan diketahui 66,7% tidak bersedia untuk melakukan pembelian kembali pada Waroeng X. Hal ini dapat menggambarkan rendahnya tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Waroeng X. Penentuan atribut dilakukan dengan melakukan studi literatur terhadap 5 penelitian sejenis dan menggunakan metode DINESERV. Setelah melakukan pertimbangan dengan pemilik Waroeng X dan pelanggan pada restoran sejenis, didapatkan sebanyak 28 atribut terpilih dengan 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* Smart PLS. Terdapat 3 atribut yang memiliki *factor loading* dibawah 0,7 sehingga dianggap tidak valid. Atribut tersebut adalah A1, A5, dan A20. Uji reliabilitas dilakukan untuk setiap dimensi terbentuk dan didapatkan bahwa 5 dimensi sudah reliabel. Pengolahan data dengan IGA mendapatkan nilai Std IG dan Std AESDQ yang diplot ke dalam matriks IGA. Terdapat 9 atribut pada kuadran I dengan tingkat prioritas tertinggi. Diberikan usulan perbaikan sebanyak 7 usulan perbaikan untuk atribut pada kuadran I.

## ABSTRACT

Waroeng X is one of many restaurants located in Bandung City. Waroeng X is a restaurant that serves bakso and mie ayam. Based on data from the owner, 73,5% of 54.220 of purchasing were purchased for *dine in* so the focus on this research will be on dine in purchasing. The identification of the problem was done by interviewing 30 people who have ever bought food from Waroeng X. Based on the interview, 66,7% of 30 people do not want to do a repurchasing from Waroeng X. It shows that customer satisfaction at Waroeng X is low. The identification of choosing attributes were done by looking through 5 other researches that focused on service quality on restaurants and DINESERV method. Based on an interview with the owner and distribution of questionnaires to 16 people who have ever purchased food from similar restaurants, there were 28 attributes with 5 dimensionals those are tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Validity test and reliability test were done by using SmartPLS software. After the validity test, there were found 3 attributes who have factor loading value under 0,7 which are considered as not valid. Reliability test was run to test 5 dimensions. Based on the reliability test, all dimensions are reliable. Data processing using the IGA method has an output of Std IG and Std AESDQ which can be used to make an IGA Matrix. There are 9 attributes in quadrant I. There are 7 improvement suggestion for quadrant I.

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat kasih karunia-Nya saya mampu menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Perbaikan Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Waroeng X Dengan Menggunakan Metode *Improvement Gap Analysis*” sesuai dengan waktu yang saya harapkan. Skripsi yang saya kerjakan tentunya tidak mudah dengan banyak susah payah. Namun, hal ini tidak akan dapat saya selesaikan tanpa bantuan-bantuan dari doa, dosen pembimbing, keluarga, dan kerabat. Saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T.,M.T. selaku dosen pembimbing tunggal yang selalu sabar dan selalu membimbing saya dengan tulus hingga saat ini. Serta seluruh masukan-masukan yang selalu membantu saya dalam pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai.
2. Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE dan Ibu Loren Pratiwi, S.T., M.T. selaku dosen penguji pada sidang proposal yang telah memberikan masukan dalam melakukan penelitian.
3. Bapak Thio Mendy Maruly dan Ibu Susi yang dengan segala susah payah selalu membantu saya untuk menyelesaikan perkuliahan saya dari awal hingga akhir.
4. Chika dan Ondy yang selalu memberikan saya dukungan moral selama masa perkuliahan saya dari awal hingga akhir.
5. Reagan Theodore sebagai sumber penyemangat saya dalam menyelesaikan perkuliahan saya
6. Rendy Elisa Charles selaku kerabat yang selalu menemani, mendukung, dan memberi bantuan dalam bentuk motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya dengan segala kendala yang ada.

Karena pihak-pihak yang saya sebutkan diatas, akhirnya skripsi ini dapat saya selesaikan dengan usaha sebaik-baiknya. Meskipun skripsi yang telah saya susun masih jauh dari kata sempurna, namun saya telah menyelesaikan seluruh skripsi saya dengan penuh usaha terbaik. Oleh karena itu, peneliti menerima

segala bentuk kritik dan saran yang ingin disampaikan. Akhir kata, terima kasih dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk pembaca dan pemilik Waroeng X.

Bandung, 28 Juli 2023

Silvia



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-3
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-9
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-10
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Jasa.....	II-1
II.2 Kepuasan Layanan.....	II-3
II.3 Evaluasi Kepuasan Layanan .....	II-6
II.4 Teknik Sampling .....	II-9
II.4.1 <i>Probability Sampling</i> .....	II-9
II.4.2 Non-Probability Sampling.....	II-10
II.5 Pengujian Instrumen .....	II-11
II.5.1 Uji Validitas.....	II-12
II.5.2 Uji Reliabilitas.....	II-13
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>

III.1 Identifikasi Atribut Layanan Restoran .....	III-1
III.2 Pengembangan Instrumen Pengukuran Kepuasan Layanan .....	III-10
III.3 Penyebaran Kuesioner.....	III-11
III.4 Profil Responden.....	III-12
III.5 Pengujian Instrumen .....	III-15
III.5.1 Uji Validitas.....	III-15
III.5.2 Uji Reliabilitas .....	III-17
III.6 Pengukuran Kepuasan Layanan .....	III-18
III.7 Prioritas Perbaikan Kepuasan Berdasarkan Matriks IGA .....	III-20
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN.....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Identifikasi Atribut Layanan Restoran .....	IV-1
IV.2 Analisis Tingkat Kepuasan Layanan Waroeng X .....	IV-3
IV.3 Analisis Prioritas Perbaikan Kepuasan .....	IV-4
IV.4 Analisis Penyebab Tingkat Kepuasan Yang Rendah.....	IV-6
IV.5 Usulan Perbaikan.....	IV-13
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan .....	V-1
V.2 Saran.....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Aspek Ketidakpuasan Pelanggan Pada Waroeng X .....	I-7
Tabel II.1 Atribut Pada DINESERV .....	II-5
Tabel III.1 Penentuan Atribut Berdasarkan Studi Literatur .....	III-1
Tabel III.2 Hasil Penentuan Atribut Menurut Pemilik dan Pelanggan.....	III-6
Tabel III.3 Atribut Tidak Terpilih.....	III-8
Tabel III.4 Atribut Terpilih .....	III-9
Tabel III.5 Contoh Pertanyaan Pada Kuesioner .....	11
Tabel III.6 Rekapitulasi Uji Validitas .....	III-16
Tabel III.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	III-17
Tabel III.8 Rekapitulasi Perhitungan Metode IGA .....	III-19
Tabel III.9 Rekapitulasi Atribut Sesuai Kuadran .....	III-20
Tabel IV.1 Contoh Jadwal Piket .....	IV-14
Tabel IV.2 Keputusan Pemilik Terhadap Usulan Perbaikan.....	IV-19



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Penjualan Waroeng X.....	I-2
Gambar I.2 Data Jenis Pembelian Pada Waroeng X .....	I-5
Gambar I.3 Frekuensi Pembelian Pada Waroeng X .....	I-6
Gambar I.4 Ketersediaan Pelanggan Untuk Melakukan Pembelian Kembali .....	I-6
Gambar I.5 Metodologi Penelitian .....	I-11
Gambar II.1 Klasifikasi Jasa.....	II-1
Gambar II.2 Contoh Pertanyaan IGA .....	II-7
Gambar II.3 Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> .....	II-8
Gambar III.1 Usia Responden.....	III-12
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden.....	III-13
Gambar III.3 Pekerjaan Responden .....	III-14
Gambar III.4 Pendapatan Per Bulan Responden .....	III-14
Gambar III.5 Matriks IGA.....	III-20
Gambar IV.1 Kondisi Kebersihan Kamar Mandi Waroeng X.....	IV-7
Gambar IV.2 Kondisi Tempat Memasak.....	IV-8
Gambar IV.3 Kondisi Pegawai Saat Memasak.....	IV-9
Gambar IV.4 <i>Fishbone</i> Diagram Atribut A3 .....	IV-9
Gambar IV.5 <i>Fishbone</i> Diagram Atribut A16 dan A17.....	IV-11
Gambar IV.6 Ulasan Pelanggan Terhadap Waroeng X .....	IV-11
Gambar IV.7 <i>Fishbone</i> Diagram Atribut A18, A23, A25, dan A26.....	IV-12
Gambar IV.8 Contoh Masker Penutup Mulut.....	IV-15
Gambar IV.9 Sarung Tangan Food Grade .....	IV-15
Gambar IV.10 Wadah Tertutup Penyimpan Alat Masak.....	IV-16
Gambar IV.11 <i>Device</i> Penghubung Antara Kasir dan <i>Cooker</i> .....	IV-17
Gambar IV.12 Contoh Poster Budaya 5S.....	IV-18



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Pertanyaan dan Hasil Penilaian Responden Terhadap Kepentingan Atribut.....	A-1
Lampiran B Pertanyaan Pada Kuesioner Penilaian Atribut .....	B-1
Lampiran C Hasil Penyebaran Kuesioner Penilaian Atribut .....	C-1
Lampiran D Uji Validitas .....	D-1
Lampiran E Uji Reliabilitas .....	E-1
Lampiran F Hasil Wawancara Identifikasi Masalah.....	F-1

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Pada Bab I akan dilakukan pendahuluan terlebih dahulu mengenai penelitian yang akan dilakukan. Pada pendahuluan ini akan terdapat beberapa pembahasan yaitu mengenai latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, batasan dan asumsi permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut merupakan pembahasan lanjutan mengenai pendahuluan.

### **I.1 Latar Belakang**

Usaha dalam industri kuliner merupakan usaha yang memiliki prospek bisnis yang menjanjikan. Seiring dengan perkembangan waktu, usaha kuliner semakin berkembang dan semakin maju. Makanan merupakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh manusia untuk bertahan hidup. Hal inilah yang dapat digunakan oleh pemilik bisnis untuk menjadi peluang keberlangsungan bisnisnya. Semakin banyaknya usaha kuliner yang muncul mendorong pemilik usaha untuk menyajikan menu yang autentik untuk dapat bersaing dalam industri kuliner.

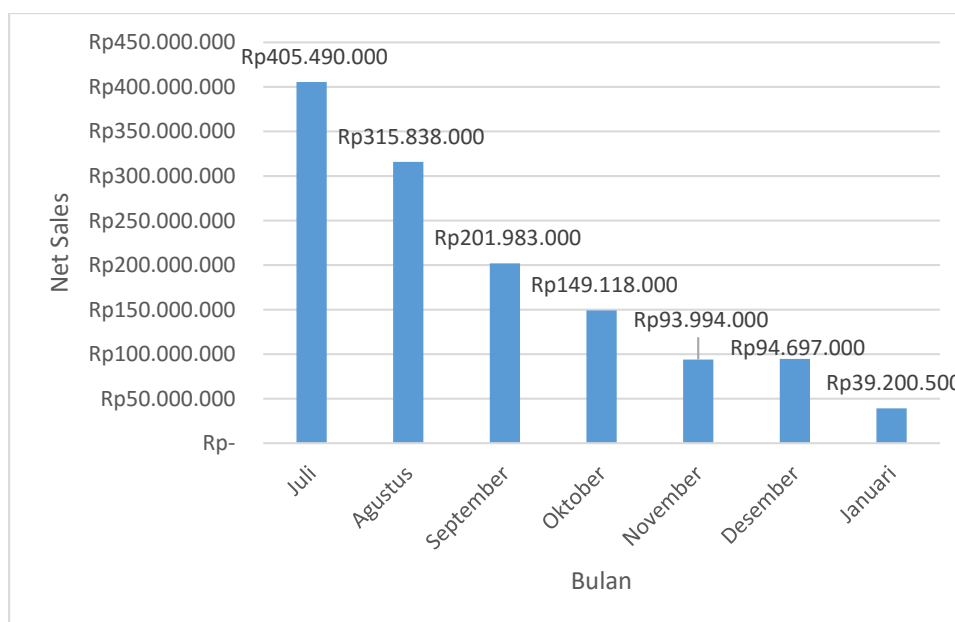
Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2022), Pertumbuhan industri makanan dan minuman pada triwulan III-2022 mencapai 3,57%. Pertumbuhan industri makanan dan minuman mengalami peningkatan, dimana pada triwulan III-2021 hanya mencapai 3,49%. Pertumbuhan industri makanan dan minuman yang meningkat ini juga diikuti oleh munculnya usaha rumah makan di berbagai tempat dengan berbagai variasi yang ditawarkan.

Salah satu kuliner yang paling diminati oleh lidah Indonesia adalah bakso dan mie ayam. Menurut CNN Indonesia, bakso dan mie ayam masuk ke dalam daftar 10 makanan yang paling digemari di Indonesia. Bisnis bakso dan mie ayam sudah menyebar di seluruh Indonesia. Jenis usaha warung makan bakso dan mie ayam sangat bervariasi dari pedagang kaki lima hingga rumah makan yang besar. Seiring dengan perkembangan jaman, jenis bakso juga ikut mengikuti selera lidah orang Indonesia. Mulai muncul jenis-jenis bakso seperti bakso keju, bakso mercon,



dan bakso lobster. Hal ini mendorong pemilik bisnis untuk tetap berkembang dan berinovasi mengikuti keinginan pasar.

Waroeng X merupakan sebuah rumah makan yang menjual berbagai jenis variasi makanan bakso dan mie ayam dimana sudah berdiri sejak Juni, 2022. Waroeng X berlokasi di Jalan Buah Batu No. 220, Kota Bandung, Jawa Barat. 3. Waroeng X memiliki 8 karyawan dan memiliki jam operasional dari pukul 10.00 sampai dengan 21.00 WIB. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik Waroeng X, pada 3 bulan pertama *grand opening*, tingkat penjualan mencapai angka yang cenderung tinggi. Menurut pemilik, hal ini dikarenakan banyak pembeli yang penasaran dengan makanan pada Waroeng X. Bahkan, pada 3 bulan pertama, keramaian sampai menciptakan antrean baik pesanan secara *offline* maupun *online*. Namun, setelah 3 bulan, tingkat penjualan mengalami penurunan yang lumayan signifikan. Berikut merupakan grafik tingkat penjualan pada Waroeng X.



Gambar I.1 Data Penjualan Waroeng X

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik Waroeng X, rumah makan ini memiliki target penjualan sebesar Rp 125.000.000 per bulan. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik, penentuan target penjualan sebesar Rp 125.000.000 dilakukan dengan pertimbangan estimasi *Break Even Point* (BEP) dalam 6 sampai 12 bulan. Selain itu juga, penentuan target penjualan sebesar Rp 125.000.000 dilakukan dengan pertimbangan biaya yang diperlukan

untuk menjalankan operasional rumah makan seperti bahan baku, listrik, gaji karyawan, dan lain-lain. Dengan target penjualan sebesar Rp 125.000.000 diperlukan untuk menjual kurang lebih 120 porsi per hari dengan harga rata-rata per porsi sebesar Rp 35.000. Gambar I.1 merupakan grafik yang menunjukkan bahwa pada 3 bulan pertama, tingkat penjualan mencapai target penjualan bahkan melebihi target penjualan. Sedangkan pada bulan-bulan seterusnya, mengalami penurunan secara terus-menerus dari bulan ke bulan. Bahkan pada data penjualan di bulan Januari 2023, penjualan hanya mencapai Rp 39.200.500. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Waroeng X, menurut pemilik tingginya penjualan pada awal pembukaan dikarenakan tingginya rasa penasaran pelanggan terhadap Waroeng X. Hal ini dikarenakan beberapa cabang lain Waroeng X merupakan rumah makan yang cukup dikenal banyak orang. Selain itu, pada awal pembukaan cabang Waroeng X, akan dilakukan promosi melalui akun *instagram* Waroeng X pusat. Hal ini tentunya dapat meningkatkan *awareness* pelanggan mengenai keberadaan Waroeng X. Jika penurunan penjualan terjadi secara terus-menerus di kedepannya, dapat berdampak pada keberlangsungan bisnis Waroeng X. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan sehingga pihak Waroeng X dapat memperbaiki usahanya dengan harapan dapat mencapai target penjualan di bulan-bulan selanjutnya.

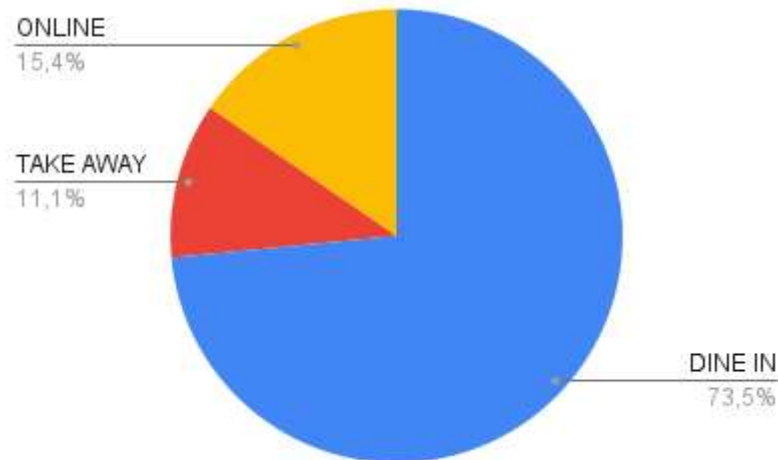
## **I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Pada identifikasi masalah akan dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang menyebabkan penurunan penjualan pada Waroeng X. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara dengan pemilik Waroeng X. Dalam membuka *franchise*, pemilik memiliki pertimbangan bahwa Waroeng X memiliki daya beli yang cukup tinggi. Hal ini dikarenakan *brand ambassador* Waroeng X cukup dikenal banyak orang dengan pengikut pada *instagram* mencapai 8 juta *followers*. Selain itu, pertimbangan produk yang dijual merupakan menu yang cukup disukai banyak orang yaitu aneka menu bakso. Dalam pemilihan lokasi, pemilik merasa bahwa Buah Batu merupakan lokasi yang tepat dimana ruko berada dipinggir jalan raya Buah Batu. Pemilik juga merasa bahwa produk dan harga yang ditawarkan dapat cukup bersaing di daerah Buah Batu. Target pasar utama (*primary target market*) adalah

mahasiswa berumur 18 tahun sampai 24 tahun. Sedangkan untuk target pasar lainnya (*secondary target market*) adalah orang yang bermain sosial media.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik, pembukaan Waroeng X menggunakan sistem waralaba atau *franchise*. Menurut Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pasal 1, waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Pada sistem waralaba, terdapat 2 pihak terkait yaitu pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pada Waroeng X, terdapat beberapa perjanjian yang perlu disepakati baik oleh pihak yang memberikan hak maupun pihak yang menerima hak. Dalam perjanjian kesepakatan waralaba Waroeng X, penerima hak tidak bisa menambah atau mengurangi menu, pembuatan promosi harus diajukan terlebih dahulu kepada pemberi hak, dan beberapa bahan baku harus mengambil dari Waroeng X pusat seperti mie, ayam, bakso, bihun, dan saos. Selain itu, interior yang digunakan pada *outlet* cabang harus mengikuti standar yang sudah ditetapkan agar seluruh *outlet* memiliki ciri khas yang sama. Waroeng X pusat terletak di Jl. Bintaro Utama 5 No.57, Pd. Ranji, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15412. Waroeng X sudah memiliki 29 cabang di seluruh Indonesia.

Pembelian pada Waroeng X dapat dilakukan untuk makan di tempat (*dine-in*), dibawa pulang (*takeaway*), atau secara *online*. Pembelian secara *online* menggunakan aplikasi penyedia jasa pengiriman makanan *online* seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan Air Asia Food. Berikut merupakan data banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian baik untuk *dine-in*, *take-away*, atau *online*.

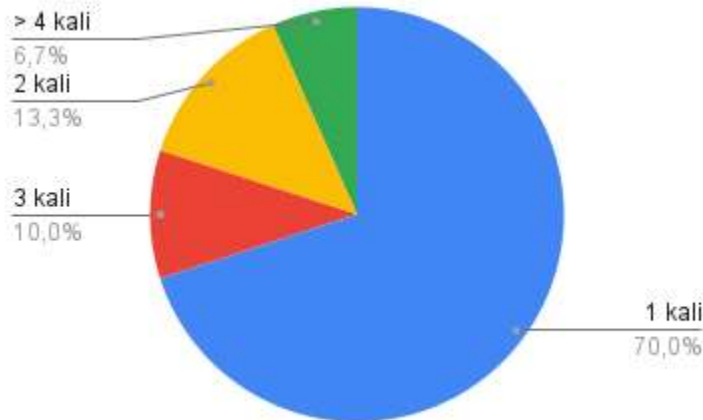


Gambar I.2 Data Jenis Pembelian Pada Waroeng X

Data yang diambil merupakan data pembelian dari bulan Juli 2022 sampai dengan Januari 2023. Total pembelian adalah sebanyak 54.220. Gambar I.2 menunjukkan bahwa 74% atau sebanyak 39.837 dari pembelian dilakukan untuk makan di tempat (*dine-in*). Kemudian sebanyak 15% atau 8.376 dari pembelian dilakukan melalui *online*. Kemudian sebanyak 11% atau 6.007 pembelian dilakukan untuk *take-away*. Gambar I.2 menunjukkan bahwa pembelian paling banyak dilakukan untuk *dine in*. Oleh karena itu, penelitian ini akan difokuskan terhadap pembelian *dine in*.

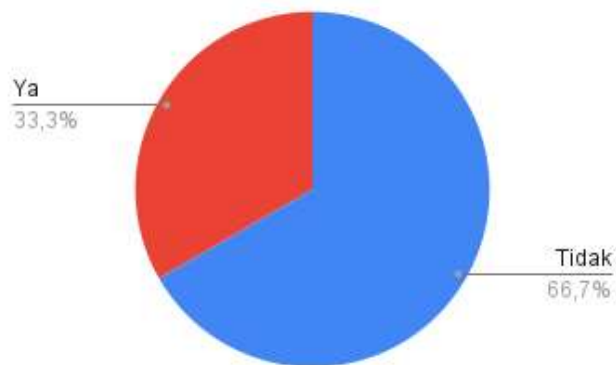
Setelah dilakukan wawancara kepada pemilik, selanjutnya dilakukan wawancara kepada pembeli yang melakukan pembelian pada Waroeng X. Wawancara dilakukan kepada 30 responden yang pernah melakukan pembelian pada Waroeng X. Wawancara dilakukan dengan memberikan pertanyaan berupa frekuensi pembelian pada Waroeng X, ketersediaan responden untuk melakukan pembelian kembali pada Waroeng X, dan ketidakpuasan yang dialami responden sehingga tidak ingin melakukan pembelian kembali pada Waroeng X.

Berdasarkan hasil wawancara, pada pertanyaan pertama mengenai frekuensi pembelian yang pernah dilakukan pada Waroeng X. Frekuensi dibagi menjadi 4 yaitu satu kali, dua kali, tiga kali, dan lebih dari 4 kali. Berikut merupakan frekuensi responden pernah melakukan pembelian pada Waroeng X.



Gambar I.3 Frekuensi Pembelian Pada Waroeng X

Gambar I.3 menunjukkan bahwa dari 30 responden, terdapat 70% atau 21 responden yang baru pertama kali melakukan pembelian pada Waroeng X. Terdapat 13,3% atau 4 responden yang sudah melakukan pembelian sebanyak 2 kali. Terdapat 10% atau 3 responden yang sudah melakukan pembelian sebanyak 3 kali. Terdapat 6,7% atau 2 responden yang sudah melakukan pembelian lebih dari 4 kali. Selanjutnya, pertanyaan kedua mengenai ketersediaan responden untuk melakukan pembelian kembali pada Waroeng X. Berikut merupakan hasil wawancara mengenai ketersediaan responden untuk melakukan pembelian kembali.



Gambar I.4 Ketersediaan Pelanggan Untuk Melakukan Pembelian Kembali

Gambar I.4 menunjukkan bahwa dari 30 pembeli, terdapat 66.7% responden atau 20 responden yang tidak ingin melakukan pembelian kembali pada Waroeng X. Kemudian terdapat 33.3% atau 10 responden yang bersedia untuk melakukan pembelian kembali pada Waroeng X. Selanjutnya untuk pertanyaan ketiga mengenai apa saja aspek ketidakpuasan yang dialami oleh

responden sehingga memilih untuk tidak melakukan pembelian kembali pada Waroeng X. Pada Tabel I.1 merupakan aspek-aspek ketidakpuasan yang dialami oleh responden selama melakukan pembelian pada Waroeng X.

Tabel I.1 Aspek Ketidakpuasan Pelanggan Pada Waroeng X

No.	Aspek	Frekuensi
1	Makanan	17
2	Harga	2
3	Pelayanan	13
4	Tempat	4
5	Kesesuaian Pesanan	5

Aspek ketidakpuasan yang dialami oleh responden sehingga tidak ingin melakukan pembelian kembali pada Waroeng X dapat dikategorikan menjadi 5 aspek yaitu makanan, harga, pelayanan, tempat, dan kesesuaian pesanan. Untuk aspek makanan seperti tingkat kematangan mie yang terlalu lembek atau terlalu keras dan rasa kuah yang kurang menonjol. Untuk aspek harga, beberapa responden merasa bahwa harga yang dijual tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan. Untuk aspek pelayanan, beberapa responden merasa bahwa makanan yang dipesan cukup lama untuk dihidangkan dan sikap pelayan yang tidak acuh. Untuk aspek tempat, beberapa responden merasa bahwa tempat parkir untuk mobil cenderung kecil dan kamar mandi tidak bersih. Untuk aspek kesesuaian pesanan, beberapa responden merasa pesanan yang mereka terima tidak sesuai.

Berdasarkan Tabel I.1 dapat diketahui bahwa permasalahan yang dialami oleh pembeli secara *dine-in* memiliki faktor permasalahan yaitu adanya beberapa aspek ketidakpuasan terhadap layanan yang disampaikan oleh Waroeng X. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik, sejauh ini belum ada upaya yang telah dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Hal ini dikarenakan pemilik tidak tahu permasalahan utama yang dimiliki. Oleh karena itu, evaluasi dan perbaikan kepuasan pelanggan menjadi penting untuk dilakukan.

Pelanggan memiliki peranan penting dalam setiap bisnis (Drucker 1999). Menurut Ellsworth (2002), pelanggan merupakan alasan berlangsungnya suatu perusahaan atau organisasi. Selain itu, keberhasilan dalam suatu bisnis juga bergantung pada kekuatan brand yang akan menarik pelanggan baru maupun pelanggan yang sudah ada untuk keberlangsungan perkembangan bisnis (Bolton, 1998). Oleh karena itu, pemilik usaha perlu memperhatikan pelanggan sebagai

faktor untuk keberlangsungan usahanya. Menurut Kotler dalam Arianto (2022), kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa. Menurut Gerson dalam Arianto (2022), kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Menurut Lupiyoadi (2001), terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi yang dirasakan, harga, dan biaya. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Andaleeb dan Conway (2006), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada industri restoran yaitu kualitas pelayanan, kualitas rasa makanan, kondisi tempat makan, dan harga. Selain faktor-faktor tersebut, atribut penentuan kepuasan pelanggan pada Waroeng X juga ditentukan dengan melakukan evaluasi terhadap pengunjung yang melakukan pembelian pada Waroeng X. Atribut-atribut layanan yang telah dievaluasi oleh pelanggan kemudian akan dijadikan sebagai pedoman utama untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil evaluasi kepuasan pelanggan ini dapat dijadikan sebagai masukan untuk melakukan perbaikan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan pada Waroeng X.

Untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, digunakan metode *Improvement Gap Analysis* (IGA). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tontini dan Picolo (2010), IGA merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk memberikan kesempatan pada pemilik usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam penggunaan metode IGA, dilakukan dengan membandingkan kepuasan pelanggan pada Waroeng X saat ini dengan ketidakpuasan pelanggan pada beberapa atribut tertentu. Metode IGA menjadi metode yang cocok untuk penelitian ini dikarenakan berdasarkan atribut yang sudah didapatkan pada hasil wawancara dengan pengunjung, 4 diantaranya berbanding lurus atau linear dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan 1 di antara 5 atribut tidak berbanding lurus atau tidak linear dengan kepuasan pelanggan yaitu atribut kesesuaian pesanan. Dimana ketika pesanan yang dihidangkan tidak sesuai maka pelanggan akan merasa tidak puas. Namun, ketika pesanan dihidangkan sesuai dengan pesanan maka pelanggan akan merasa biasa saja karena memang sudah seharusnya pesanan datang secara lengkap. Selain itu, metode IGA juga dapat

menggambarkan atribut-atribut yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan urutan prioritas atribut yang perlu diperbaiki.

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka selanjutnya dapat dilakukan perumusan masalah. Berikut merupakan beberapa rumusan masalah pada penelitian ini.

1. Apa saja atribut kepuasan layanan pada tempat makan penyedia bakso?
2. Bagaimana tingkat kepuasan layanan Waroeng X?
3. Bagaimana prioritas perbaikan kepuasan berdasarkan metode IGA?
4. Apa usulan perbaikan kepuasan layanan Waroeng X?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada bagian ini akan ditetapkan mengenai batasan permasalahan dan asumsi selama penelitian dilakukan. Penetapan batasan dilakukan untuk memfokuskan penelitian kepada satu titik permasalahan sehingga ruang lingkup permasalahan tidak menyebar terlalu luas. Berikut merupakan pembatasan masalah pada penelitian ini.

1. Penelitian dilakukan selama 2 bulan pada proses pengambilan data
2. Penelitian difokuskan pada pengunjung yang melakukan pembelian secara *dine-in*
3. Penelitian dilakukan hanya sampai tahap usulan tidak sampai implementasi

Selanjutnya dilakukan penetapan asumsi penelitian. Penetapan asumsi dilakukan untuk membuat anggapan dasar dalam proses penelitian. Pada penelitian ini asumsi yang ditetapkan adalah tidak adanya perubahan signifikan pada Waroeng X selama penelitian dilakukan.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai tujuan yang diharapkan dapat tercapai setelah penelitian dilakukan. Penetapan tujuan didasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah yang telah dibuat pada subbab I.1 dan I.2. Berikut merupakan tujuan penelitian.

1. Mengetahui atribut kepuasan layanan pada tempat makan penyedia bakso
2. Mengetahui tingkat kepuasan layanan pada Waroeng X



3. Mengetahui prioritas perbaikan kepuasan pada Waroeng X dengan menggunakan metode IGA
4. Memberikan usulan perbaikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap layanan Waroeng X

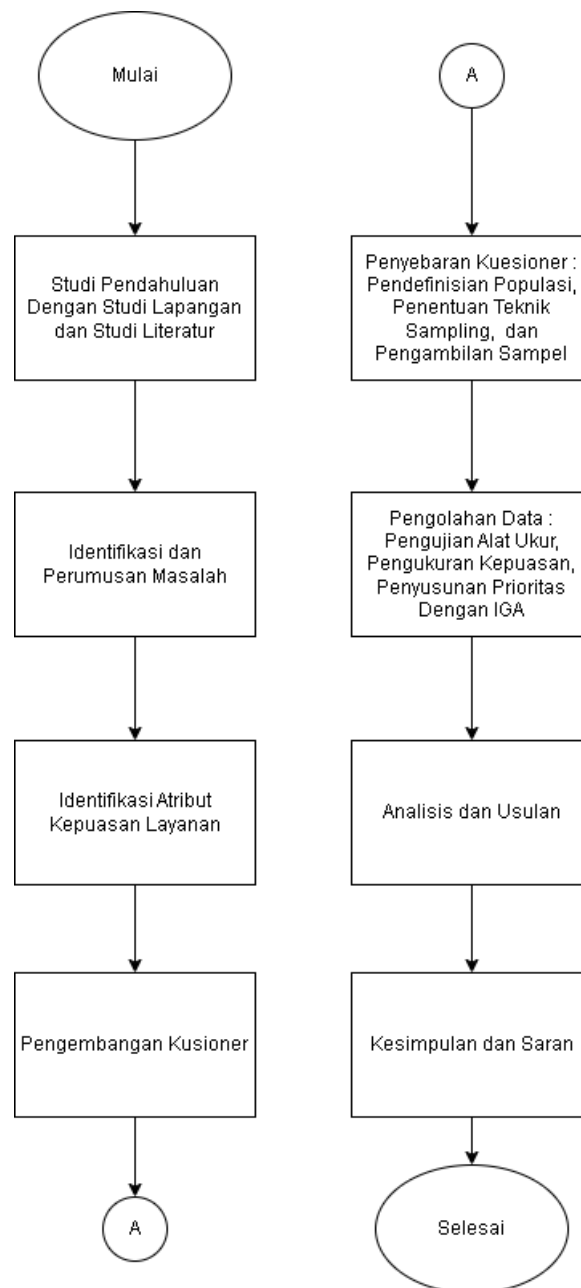
### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai manfaat penelitian. Penentuan manfaat penelitian dilakukan untuk memberikan manfaat baik bagi pemilik Waroeng X, peneliti, dan pembaca. Berikut merupakan manfaat dari dilakukannya penelitian.

1. Pemilik Waroeng X mendapatkan *input* berupa usulan perbaikan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas rumah makan dan keberlangsungan usaha pemilik.
2. Peneliti mendapatkan pemahaman lebih luas mengenai kualitas jasa pada suatu usaha dan dapat digunakan pada kehidupan nyata.
3. Pembaca dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian dalam topik kepuasan pelanggan.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian dilakukan untuk menjelaskan mengenai urutan kegiatan yang dilakukan selama dilakukannya penelitian. Pembuatan metodologi penelitian dilakukan dengan tujuan terbentuknya penelitian yang sistematis dan terstruktur. Berikut merupakan *flowchart* mengenai kegiatan yang dilakukan selama penelitian.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

Gambar I.5 menunjukkan bahwa terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian dimulai dari penentuan topik penelitian dan objek penelitian. Penelitian diakhiri dengan pembuatan kesimpulan dan saran. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai rangkaian kegiatan yang dilakukan.

#### 1. Studi Pendahuluan

Penelitian ini diawali dengan studi pendahuluan. Studi pendahuluan dilakukan dengan melakukan studi literatur dan studi lapangan. Studi lapangan

dilakukan dengan melakukan observasi secara langsung ke tempat objek penelitian. Studi literatur dilakukan dengan membaca jurnal-jurnal penelitian terdahulu dengan topik yang sama.

## 2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Langkah selanjutnya yang dilakukan adalah identifikasi dan perumusan masalah. Identifikasi masalah dilakukan dengan wawancara terhadap pemilik usaha. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada pengunjung Waroeng X. Setelah dilakukan identifikasi masalah, selanjutnya ditentukan rumusan masalah pada penelitian ini. Perumusan masalah ditentukan dengan mempertimbangkan identifikasi masalah.

## 3. Identifikasi Atribut Kepuasan Layanan

Langkah selanjutnya adalah melakukan identifikasi atribut kepuasan layanan. Identifikasi atribut kepuasan layanan ditentukan dari studi literatur. Selain itu, identifikasi atribut juga dilakukan dengan diskusi bersama pemilik Waroeng X serta pelanggan.

## 4. Pengembangan Kuesioner

Pada langkah selanjutnya, dilakukan pengembangan kuesioner sesuai dengan atribut yang telah ditentukan. Pengembangan kuesioner disusun berdasarkan metode IGA dimana terdapat 3 bagian utama yaitu *functional question* (pertanyaan fungsional), *dysfunctional question* (pertanyaan disfungsional), dan *current satisfaction* (kepuasaan saat ini). Setelah kuesioner telah dibuat, maka dapat disebarakan kepada pelanggan Waroeng X.

## 5. Penyebaran Kuesioner

Langkah selanjutnya adalah penyebaran kuesioner yang telah dibuat. Pada penyebaran kuesioner akan dilakukan pendefinisian populasi, penentuan teknik sampling, dan pengambilan sampel.

## 6. Pengolahan Data

Pada bagian ini dilakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui data dapat digunakan untuk pengolahan menggunakan metode IGA. Data yang sudah valid dan *reliable* akan diolah menggunakan metode IGA. Setelah diolah menggunakan metode IGA, akan diketahui urutan prioritas atribut yang memerlukan perbaikan.

## 7. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada bagian ini akan dilakukan analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan dengan mempertimbangkan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Analisis yang dilakukan kemudian akan dijadikan pertimbangan dalam pemberian usulan perbaikan. Pemberian usulan perbaikan disesuaikan dengan faktor yang menjadi permasalahan pada penelitian.

#### 8. Kesimpulan dan Saran

Langkah selanjutnya adalah dengan memberikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dilakukan untuk menjawab tujuan penelitian yang sudah ditentukan. Saran dilakukan untuk masukkan yang dapat dipertimbangkan oleh peneliti selanjutnya.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada subbab I.7 ini akan dijelaskan mengenai sistematika penulisan. Sistematika penulisan berisikan urutan dari penulisan laporan untuk penelitian ini. Sistematika penulisan akan terdiri dari sistematika penulisan Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, dan Bab V. Berikut merupakan sistematika laporan pada penelitian ini.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini akan berisikan mengenai latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah, asumsi dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penelitian.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II akan membahas mengenai teori-teori yang digunakan pada penelitian ini. Teori yang digunakan diperoleh melalui studi literatur. Pada pemilihan teori, menggunakan sumber yang dipercaya seperti jurnal dan buku.

#### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab III akan membahas mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data. Pada bab III akan dilakukan penentuan atribut. Penentuan atribut dilakukan melalui wawancara terhadap pembeli pada Waroeng X. Selain itu, penentuan atribut juga dilakukan melalui studi literatur dengan penelitian terdahulu dengan topik serupa yaitu kepuasan pelanggan pada tempat makan. Setelah dilakukan penentuan atribut, selanjutnya dilakukan pembuatan kuesioner. Kuesioner akan terdiri dari beberapa bagian pertanyaan sesuai dengan metode IGA. Setelah didapatkan data dari hasil kuesioner, selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan menggunakan metode IGA.

#### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Bab IV akan membahas mengenai analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan dengan melihat hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan. Setelah dilakukan analisis pada masing-masing hasil pengolahan data, selanjutnya dilakukan pemberian usulan perbaikan. Pemberian usulan perbaikan diberikan dengan tujuan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan pada Waroeng X.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab V akan membahas mengenai kesimpulan dan saran yang dapat diberikan setelah penelitian ini dilakukan. Kesimpulan berisikan hasil akhir yang diperoleh setelah penelitian dilakukan. Saran berisikan masukan yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya.