

**IMPLEMENTASI *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS*
SEBAGAI DASAR PERBAIKAN KEPUASAN
PELANGGAN DI RESTORAN X**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Oswell Darius W.

NPM : 6131801158



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

***IMPLEMENTATION OF IMPROVEMENT GAP
ANALYSIS AS A BASIS FOR IMPROVING
CUSTOMER SATISFACTION IN RESTAURANT X***

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Oswell Darius W.

NPM : 6131801158



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN SARJANA TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Oswell Darius Widjaja
NPM : 6131801158
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : Implementasi *Improvement Gap Analysis* Sebagai
Dasar Perbaikan Kepuasan Pelanggan di Restoran
X

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 7 Agustus 2022
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Dr. Cecilia 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 : Oswell Darius Widjaja

NPM : 6131801158

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

IMPLEMENTASI *IMPROVEMENT GAP ANALYSIS* SEBAGAI DASAR
PERBAIKAN KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN 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, 4 Agustus 2022

Oswell Darius Widjaja

NPM : 6131801158

ABSTRAK

Restoran X merupakan sebuah restoran *online* yang menjual makanan berbasis *rice bowl* dengan daging kepiting khas Bangka sebagai lauk utama. Sebuah restoran baru yang memiliki konsep unik sehingga belum memiliki pesaing yang serupa. Restoran X menjual seluruh makanannya secara *online*. Berdiri sejak bulan Juli 2021 dan belum memiliki cabang. Sejak berdiri, beberapa kendala dirasakan oleh pihak restoran seperti tidak tercapainya target penjualan, kurangnya persentase pembelian ulang, dan *rating* pada aplikasi *online* yang tergolong rendah. Berdasarkan wawancara yang dilakukan ke pelanggan restoran X mayoritas pelanggan merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan restoran. Ketidakpuasan ini menyebabkan permasalahan pada restoran dan perlu segera ditangani.

Metode yang digunakan untuk menganalisis atribut kepuasan pelanggan adalah *Improvement Gap Analysis* (IGA). Atribut kepuasan pelanggan dicari menggunakan metode wawancara dan dilakukan pada 3 pemilik restoran *online* dan 10 pelanggan restoran X. Ditemukan 20 atribut kepuasan setelah proses wawancara. Melalui analisis faktor terbentuk 3 buah kategori atribut yaitu menu dan fasilitas, layanan yang diberikan, dan kesepadanan rasa dengan harga. Terdapat 1 buah atribut yang dieleminasi yaitu kecepatan pelayanan dikarenakan tidak mencapai standar untuk analisis faktor. Pemetaan atribut ke dalam matriks IGA dilakukan untuk memberikan gambaran terkait prioritas perbaikan dan jenis atribut lainnya.

Terdapat 4 atribut kepuasan yang menjadi prioritas perbaikan yaitu citra rasa makanan, kesegaran makanan, harga yang ditawarkan, dan kesesuaian antara rasa dan porsi makanan dengan harga yang ditawarkan. Akar masalah dari setiap atribut kritical diidentifikasi dengan bantuan *fish bone diagram*. Strategi perbaikan dibuat berdasarkan akar masalah dan lokasi atribut dalam matriks IGA hingga ditemukan 14 strategi perbaikan.

ABSTRACT

Restaurant X is an online restaurant that sells rice bowl-based food with Bangka-style crab meat as the main dish. A new restaurant that has a unique concept so that it does not yet have similar competitors. Restaurant X sells all of its food online. Established since July 2021 and does not have a branch yet. Since its establishment, the restaurant has experienced several obstacles, such as not achieving sales targets, the lack of a percentage of repeat purchases, and a relatively low rating on online applications. Based on interviews conducted with restaurant X customers, the majority of customers were dissatisfied with the services provided by the restaurant. This dissatisfaction caused problems for the restaurant and needed to be addressed immediately.

The method used to analyze customer satisfaction attributes is Improvement Gap Analysis (IGA). Attributes of customer satisfaction were searched using the interview method and conducted on 3 online restaurant owners and 10 customers of restaurant X. 20 satisfaction attributes founded after the interview process. Through factor analysis, three categories of attributes are formed, namely menus and facilities, services provided, and equivalence of taste with price. There is one attribute that is eliminated, namely the speed of service because it does not reach the standard for factor analysis. Attribute mapping into the IGA matrix is carried out to provide an overview of the priority of improvement and other types of attributes.

There are 4 satisfaction attributes that are priority improvements, namely the taste of the food, the freshness of the food, the price offered, and the suitability of the taste and portion of the food with the price offered. The root cause of each critical attribute is identified with the help of a fish bone diagram. The improvement strategy is made based on the root of the problem and the location of the attributes in the IGA matrix until 14 improvement strategies are found.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas rahmatNya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Implementasi *Improvement Gap Analysis* Sebagai Dasar Perbaikan Kepuasan Pelanggan di Restoran X” tepat pada waktunya. Skripsi dibuat untuk mencapai gelar sarjana dalam bidang Teknik Industri. Selama proses pembuatan skripsi, banyak pihak-pihak yang ikut membantu dan membimbing sehingga penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Keluarga yang memberikan dukungan, fasilitas, dan kepercayaan bagi penulis
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi
3. Bapak Dr. Sugih Sudharma Tjandra, S.T., M.Si. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selalu penguji sidang proposal skripsi
4. Pihak restoran X yang selalu memberikan dukungan dan informasi selama proses penelitian
5. Seluruh teman-teman angkatan 2018 yang selalu memberikan dukungan kepada penulis
6. Teman-teman kelas D yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Dosen-dosen Teknik Industri UNPAR yang sabar mengajarkan penulis ilmu-ilmu yang berguna
8. Krista, Chika, Adrian, Kevin, Monic, Eveline, Alfon, dan Yoel yang selalu menghibur dan menyemangati penulis selama proses pengerjaan skripsi
9. Seluruh responden yang sukarela memberikan pendapat dan informasi terkait penelitian yang dilakukan
10. Teman dan pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu demi satu yang telang berkontribusi memberikan bantuan dan dukungan selama proses perkuliahan
11. Dhyani, Aldi, Deren, Paulina, Vania, dan Audwin yang selalu memberikan informasi dan dukungan selama proses pengerjaan skripsi

Semoga skripsi yang dibuat dapat bersifat informatif bagi penulis dan pembaca. Disadari bahwa pembentukan skripsi masih jauh dari sempurna. Sehingga penulis ingin meminta maaf dan bersiap untuk menerima kritik atau saran yang diberikan.

Bandung, 7 Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | I-1 |
| I.1 Latar Belakang Masalah..... | I-1 |
| I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah | I-4 |
| I.3 Pembatas Masalah dan Asumsi Penelitian | I-6 |
| I.4 Tujuan Penelitian..... | I-7 |
| I.5 Manfaat Penelitian..... | I-7 |
| I.6 Metodologi Penelitian | I-7 |
| I.7 Sistematika Penulisan | I-11 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | II-1 |
| II.1 Jasa | II-1 |
| II.2 Kualitas Jasa | II-3 |
| II.3 Kepuasan..... | II-4 |
| II.4 Pengukuran dan Perbaikan Kepuasan | II-5 |
| II.5 <i>Improvement Gap Analysis</i> (IGA) | II-7 |
| II.6 Analisis Faktor | II-8 |
| II.7 Reliabilitas | II-10 |
| II.8 <i>Fishbone Diagram</i> | II-10 |
| BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA | III-1 |
| III.1 Penentuan Atribut Kepuasan | III-1 |
| III.2 Penyusunan Kuesioner | III-4 |
| III.3 Penyebaran Kuesioner..... | III-7 |
| III.4 Profil Responden..... | III-8 |
| III.5 Pengujian Kuesioner | III-11 |
| III.6 Pembuatan Matriks <i>Improvement Gap Analysis</i> | III-17 |
| BAB IV ANALISIS | IV-1 |
| IV.1 Analisis Profil Responden..... | IV-1 |
| IV.2 Analisis Hasil Pengujian Kuesioner..... | IV-3 |

| | |
|--|------------|
| IV.3 Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan | IV-4 |
| IV.4 Analisis Kuadran Matriks IGA..... | IV-5 |
| IV.5 Usulan Strategi Pengolaan Kepuasan | IV-6 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | V-1 |
| IV.1 Kesimpulan | V-1 |
| IV.2 Saran | V-2 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|--------|
| Tabel I.1 Data Jumlah Konsumen Bulan Juli - Oktober | I-3 |
| Tabel I.2 Data Keluhan Wawancara | I-5 |
| Tabel III.1 Hasil Wawancara | III-2 |
| Tabel III.2 Atribut Kepuasan | III-3 |
| Tabel III.3 Pertanyaan Data Responden | III-4 |
| Tabel III.4 Pertanyaan Fungsional | III-5 |
| Tabel III.5 Pertanyaan Disfungsional | III-6 |
| Tabel III.6 Pertanyaan <i>Current Satisfaction</i> di Restoran X | III-7 |
| Tabel III.7 Perhitungan KMO Awal | III-12 |
| Tabel III.8 <i>Anti Image Correlation</i> | III-12 |
| Tabel III.9 Perhitungan KMO Setelah Reduksi | III-13 |
| Tabel III.10 Perhitungan <i>Anti Image Correlation</i> Setelah Reduksi | III-13 |
| Tabel III.11 Perhitungan <i>Eigenvalues</i> | III-14 |
| Tabel III.12 <i>Component Matrix</i> | III-14 |
| Tabel III.13 <i>Rotated Component Matrix</i> | III-15 |
| Tabel III.14 Rekapitulasi Faktor dan Atribut Penyusun | III-16 |
| Tabel III.15 Rekapitulasi Uji Reliabilitas | III-17 |
| Tabel III.16 Rekapitulasi Perhitungan std.IG dan std.AESDQ | III-18 |
| Tabel III.17 Rekapitulasi Atribut pada Matriks IGA | III-19 |
| Tabel IV.1 Akar Masalah | IV-10 |
| Tabel IV.2 Usulan Perbaikan | IV-12 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|--------|
| Gambar I.1 Pendapatan Per Bulan | I-3 |
| Gambar I.2 Metodologi Penelitian | I-8 |
| Gambar II.1 <i>Improvement Gap Analysis</i> | II-8 |
| Gambar II.2 Contoh <i>Fishbone Diagram</i> | II-11 |
| Gambar III.1 Proporsi Jenis Kelamin | III-8 |
| Gambar III.2 Proporsi Umur | III-9 |
| Gambar III.3 Frekuensi Pemesanan Makanan Pada Restoran X | III-9 |
| Gambar III.4 Proporsi Frekuensi Pemesanan <i>Seafood</i> Secara <i>Online</i> | III-10 |
| Gambar III.5 Proporsi Jarak Pemesanan | III-10 |
| Gambar III.6 Proporsi Pengguna Aplikasi <i>Online</i> | III-11 |
| Gambar III.7 Matriks IGA | III-19 |
| Gambar IV.1 <i>Fish Bone</i> Masalah | IV-7 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| LAMPIRAN A PROFIL RESPONDEN | A-1 |
| LAMPIRAN B JAWABAN FUNGSIONAL..... | B-1 |
| LAMPIRAN C JAWABAN DISFUNGSIONAL..... | C-1 |
| LAMPIRAN D JAWABAN CURRENT SATIFSACTION..... | D-1 |
| LAMPIRAN E KUESIONER | E-1 |

BAB I

PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan dibahas beberapa hal yang berkaitan dengan pendahuluan penelitian. Beberapa hal tersebut berupa latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatas masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut merupakan pembahasan yang dilakukan.

I.1 Latar Belakang Masalah

Makanan dan minuman merupakan kebutuhan penting dalam kehidupan manusia. Berdasarkan *Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor HK.03.1.23.04.12.2206 Tahun 2012 Tentang Cara Produksi Pangan yang Baik untuk Industri Rumah Tangga (Indonesia)*, makanan dan minuman merupakan sumber energi dan zat gizi yang menunjang hidup manusia. Makanan dan minuman tidak hanya dibutuhkan untuk bertahan hidup tetapi juga dikonsumsi untuk memuaskan kebutuhan tersier. Hal ini membuat banyak pengeluaran masyarakat digunakan untuk membeli makanan dan minuman. Dilihat dari survei sosial ekonomi Indonesia, persentase pengeluaran masyarakat untuk membeli makanan selalu lebih besar dibandingkan dengan persentase pengeluaran untuk bukan makanan.

Makanan sebagai salah satu kebutuhan hidup membuat industri makanan dan minuman atau lebih dikenal dengan industri *food and beverage* (F&B) tidak pernah mati. Industri yang sudah lama hadir dan terus bertumbuh hingga saat ini. Pertumbuhan industri ini tidak pernah berhenti, walaupun memasuki masa pandemi dan pertumbuhan perekonomian Indonesia mengalami penurunan sebesar 5,32%, industri F&B masih mengalami peningkatan sebesar 0,22% (Santia, 2020). Terdapat pergeseran budaya konsumen dalam mengkonsumsi makanan di masa pandemi. Konsumen menjadi sulit mengunjungi restoran secara langsung dan beralih ke pembelian makanan dan minuman secara *online*. Pengaruh yang dirasakan oleh industri F&B adalah kenaikan jumlah restoran *online* yang ada di Indonesia. Berdasarkan Teten

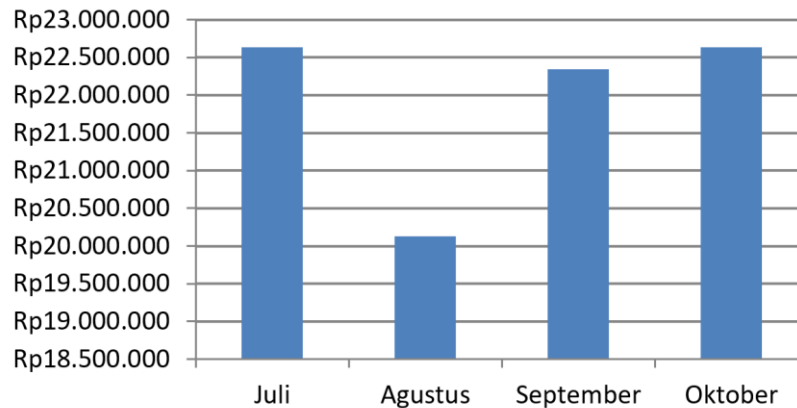
Masduki selaku Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, penjualan makanan dan minuman secara *online* meningkat sebanyak 300% dari sebelumnya (Merdeka, 2020).

Banyak jenis dan kategori makanan baru yang bermunculan selama perkembangan industri F&B selama ini seperti restoran X yang menyediakan makanan *rice bowl* berbasis daging kepiting. Makanan *rice bowl* merupakan makanan asal Jepang berupa nasi putih yang ditiban oleh berbagai jenis lauk di atasnya. Restoran X mengeluarkan inovasi baru yaitu memadukan kepiting khas Bangka dengan *rice bowl* dan memiliki target pasar yaitu orang yang menyukai *seafood*. Sejak tahun 2020 restoran X sudah menjual makanannya secara *online* dengan sistem *pre-order*. Didirikan oleh seorang sarjana baru yang mencoba mencari peluang bisnis di kategori makanan, beliau memasak dan menjual makanannya secara pribadi. Melihat adanya potensi pasar yang lebih luas jika membuka sebuah *outlet*, beliau akhirnya membangun *outlet* dan berjualan secara *online* dan *offline* pada bulan Juli tahun 2021. Restoran terletak di Jalan Setia Budi Timur No.29. Lokasi tersebut merupakan kawasan perkantoran di Jakarta sehingga restoran bersaing di tempat yang cukup padat penduduk. Berada di jalan kecil menyebabkan restoran sulit ditemukan secara langsung, mengatasi hal ini pihak restoran menekankan penjualannya melalui berbagai *online platform* seperti Gofood, Grabfood, Shopeefood dan Traveloka Eats. Terdapat 2 orang pekerja yang bekerja di restoran. Setiap pekerja memiliki tugas yang sama dan terbagi secara merata, mulai dari mengatur persediaan bahan mentah, menyiapkan restoran, menjaga kasir, masak, hingga menutup restoran. Restoran X melayani konsumen setiap hari kecuali tanggal merah dan mulai berjualan pada pukul 10.00 WIB dan tutup pada pukul 20.00 WIB.

Inovasi produk yang original dan baru membuka pasar baru bagi restoran X. Tidak terdapat produk yang serupa membuat restoran X menonjol dibandingkan beberapa produk makanan lainnya tetapi restoran X tetap ingin memberikan pelayanan yang maksimal untuk memastikan kepuasan pelanggan. Seperti yang dikatakan oleh (Kotler & Keller, 2007), yaitu kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Restoran yang baru buka ini memiliki target penjualan kotor sebesar 30 juta per bulan di tahun pertama meluncurkan mereknya. Alasan di balik target ini adalah agar restoran tetap memperoleh keuntungan atau aliran uang yang

positif. Setelah membuka restoran selama 4 bulan, target penjualan masih belum tercapai. Pendapatan per bulan restoran X ditampilkan pada Gambar I.1.



Gambar I.1 Pendapatan Per Bulan

Terlihat pada Gambar I.1 bahwa restoran X memiliki pendapatan di bawah target karena total pendapatan setiap bulannya belum ada yang sampai 30 juta per bulannya. Hal ini menunjukkan bahwa restoran X gagal mendapatkan pangsa pasar yang diinginkan. Dilihat dari data lainnya, pihak restoran mencatat nama konsumennya dan didapatkan sebanyak 1208 nama konsumen di 4 bulan terakhir. Nama konsumen tersebut direkap dan ditampilkan pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Data Jumlah Konsumen bulan Juli - Oktober

| keterangan | Jumlah Orang |
|---|--------------|
| Total konsumen bulan Juli hingga November | 1186 |
| Jumlah konsumen bulan Juli | 302 |
| Jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang setelah bulan Juli | 76 |
| Jumlah konsumen baru setelah bulan Juli | 1132 |

Dilihat dari Tabel I.1, diketahui bahwa terdapat 1186 konsumen yang dijangkau oleh restoran dari bulan Juli hingga November. Dihitung dari data yang tersedia persentase konsumen yang melakukan pembelian ulang sebesar 25,16%. Persentase konsumen yang melakukan pembelian ulang ini masih tergolong rendah karena berada di bawah rata-rata. Berdasarkan artikel yang diterbitkan oleh *Thanx, inc* (2015) menunjukkan bahwa rata-rata pelanggan yang membeli ulang di sebuah restoran sebesar 30%.

Rating atau penilaian yang diberikan konsumen kepada restoran X pada aplikasi *online* juga masih tergolong rendah yaitu 3,4 pada Gofood, 3,7 pada

Grabfood, dan 3,8 pada Shopeefood. Hal ini merugikan pihak restoran karena *rating* di bawah nilai 4 tidak akan direkomendasikan oleh pihak aplikasi dan dapat mengakibatkan kurangnya penjualan. Pihak restoran juga mendapatkan banyak keluhan dari pelanggan melalui aplikasi, sosial media, dan *google review*. Beberapa keluhan tersebut berupa makanan yang tidak enak, waktu pengiriman yang lama, pengiriman tidak sesuai pesanan, dan lainnya.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi masalah dilakukan dengan cara wawancara ke pihak restoran dan pelanggan. Topik utama yang dibahas di dalam wawancara adalah pengalaman responden terhadap restoran X. Wawancara dengan pihak perusahaan dilakukan secara langsung di lokasi restoran dan wawancara dengan pelanggan dilakukan tanpa tatap muka melalui telepon. Hasil wawancara dengan pemilik menghasilkan 2 masalah utama yang dirasakan oleh pemilik restoran. Masalah tersebut yaitu tidak tercapainya target pendapatan dan banyaknya keluhan dari pelanggan. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi tidak tercapainya target pendapatan sehingga proses identifikasi akan disederhanakan ke dalam beberapa faktor. Berdasarkan (Kotler & Keller, 2016) terdapat 5 faktor utama yang mempengaruhi pendapatan yaitu harga, produk / jasa, pemasaran, distribusi dan kualitas.

Wawancara dengan pelanggan dilakukan ke 20 konsumen yang namanya tercatat di riwayat pemesanan. Restoran menjual produknya secara *online* sehingga bergantung dengan aplikasi pengiriman makanan seperti Grabfood, Gofood, dan Traveloka Eats tetapi tidak semua aplikasi memberikan data nomor telepon penggunanya, sehingga proses wawancara hanya dilakukan pada pelanggan yang menggunakan aplikasi Grabfood dan Traveloka Eats. Beberapa poin utama yang ditanyakan saat wawancara yaitu:

1. Data diri responden
2. Ketertarikan responden terhadap *seafood*
3. Pengalaman responden dengan restoran X

Setelah berbincang dengan pelanggan, diketahui mayoritas pelanggan mengatakan tidak puas dengan pengalaman di restoran X. Pada Tabel I.2, dapat dilihat beberapa pengalaman tidak baik yang menyebabkan ketidakpuasan di restoran X tersebut.

Tabel I.2 Data Keluhan Wawancara

| Keluhan | Jumlah |
|---|--------|
| Waktu pembuatan makanan yang lama | 5 |
| Makanan kurang enak | 4 |
| Harga mahal | 3 |
| Cangkang kepiting yang terlalu keras | 3 |
| Pengiriman tidak sesuai pesanan | 3 |
| Plastik pembungkus tidak tertutup rapat | 2 |
| <i>Customer service</i> kurang responsive | 2 |
| Alat makan dijual terpisah | 1 |
| Tidak mendapatkan bon | 1 |

Berdasarkan Tabel I.2 terlihat bahwa keluhan terbanyak untuk restoran X berada di produk dan pelayanan. Jumlah keluhan tertinggi terdapat pada waktu pembuatan makanan yang lama dan jumlah keluhan terendah terdapat pada ketidakterediaan bon dan alat makan yang terjual secara terpisah. 2 dari 20 responden memiliki umur di atas target pasar yang ditentukan oleh restoran X yaitu 15 – 35 tahun dan 14 dari 20 responden mengatakan mereka menyukai *seafood* dan sisanya mengatakan “biasa saja”. Hal ini menunjukkan pemasaran oleh pihak restoran X sudah sesuai target yang diinginkan. 17 dari 20 responden mengatakan setidaknya 1 kali dalam 1 bulan mengkonsumsi makanan berjenis *rice bowl* dan 16 dari 20 responden mengatakan setidaknya 1 kali dalam 1 bulan mengkonsumsi makanan berjenis *seafood*. Hal ini menunjukkan bahwa makanan berjenis *rice bowl* dan *seafood* dikonsumsi secara rutin tiap bulannya. Sebagian besar responden juga mengatakan produk restoran X terlihat menarik sehingga membuat mayoritas responden ingin mencoba tetapi hanya 4 dari 20 responden yang ingin melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan restoran ke orang lain. Berdasarkan hasil identifikasi masalah, diketahui masalah terbesar berada pada ketidakpuasan pelanggan terhadap beberapa aspek restoran X seperti harga, produk, pelayanan, dan kualitas. Ketidakpuasan ini mempengaruhi penilaian yang diberikan di aplikasi online dan pendapatan yang diperoleh restoran. Perbaikan perlu dilakukan untuk mengatasi ketidakpuasan dialami oleh pelanggan di restoran X.

Dengan demikian, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang berpengaruh dalam kepuasan pelanggan dan prioritas perbaikan agar perbaikan terarah pada atribut-atribut dengan

pengaruh terbesar. Penentuan atribut yang dapat dilakukan berupa mencari atribut baru yang berpengaruh atau menggunakan atribut dari penelitian sebelumnya seperti *SERVQUAL* dan *DINESERV*. Pada kasus ini pencarian atribut menggunakan teknik wawancara yaitu sebuah proses tanya jawab bersama responden dengan tujuan mencari informasi. Berfokus pada faktor atau atribut yang secara signifikan berpengaruh pada responden dan restoran. Penggunaan atribut dari penelitian sebelumnya tidak dilakukan karena objek penelitian adalah restoran *online*, sedangkan penelitian terdahulu seperti *DINESERV* umumnya meneliti restoran *dine-in*. Perbedaan objek penelitian menyebabkan banyak atribut yang sudah digunakan sebelumnya tidak relevan dengan kasus ini. Metode pengolahan data yang dapat dilakukan juga bervariasi. Pada kasus ini metode yang digunakan adalah *improvement gap analysis* (IGA) karena metode ini mempertimbangkan kepuasan pelanggan dalam penentuan prioritas perbaikan dan sesuai dengan masalah kasus yaitu kurangnya kepuasan pelanggan. Metode yang paling umum digunakan untuk masalah terkait kepuasan adalah *importance performance analysis* (IPA), tetapi metode ini tidak digunakan karena metode ini memiliki kekurangan yaitu didasari oleh konsep kualitas layanan berbanding lurus dengan kepentingan, sedangkan pada kenyataannya kualitas layanan tidak berbanding lurus dengan kepentingan (Tontini & Picolo, 2010). Hal ini menunjukkan bahwa metode IGA akan menghasilkan data yang lebih akurat dibandingkan metode IPA. Sesuai dengan studi yang dilakukan, berikut perumusan masalah yang disesuaikan dengan latar belakang dan identifikasi masalah.

1. Apa saja atribut kepuasan pelanggan di restoran X?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di restoran X
3. Apa saja atribut prioritas perbaikan kepuasan pelanggan di restoran X menggunakan *improvement gap analysis*?
4. Bagaimana strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran X?

I.3 Pembatas Masalah dan Asumsi Penelitian

Penelitian pada restoran X memiliki batasan agar pencapaian tujuan penelitian lebih mudah dan terarah. Berikut merupakan batasan masalah yang digunakan.

1. Penelitian hanya sampai tahap pemberian usulan dan tidak sampai tahap implementasi
2. Usulan perbaikan tidak mempertimbangkan biaya dan waktu
Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah tidak ada perubahan secara internal maupun external di restoran X selama penelitian berlangsung.

I.4 Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini. Tujuan penelitian didasari oleh rumusan masalah pada bagian sebelumnya. Berikut merupakan tujuan-tujuan penelitian tersebut.

1. Mengetahui atribut kepuasan pelanggan di restoran X
2. Mengetahui kepuasan pelanggan di restoran X
3. Menentukan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran X
4. Merancang strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran X menggunakan *improvement gap analysis*

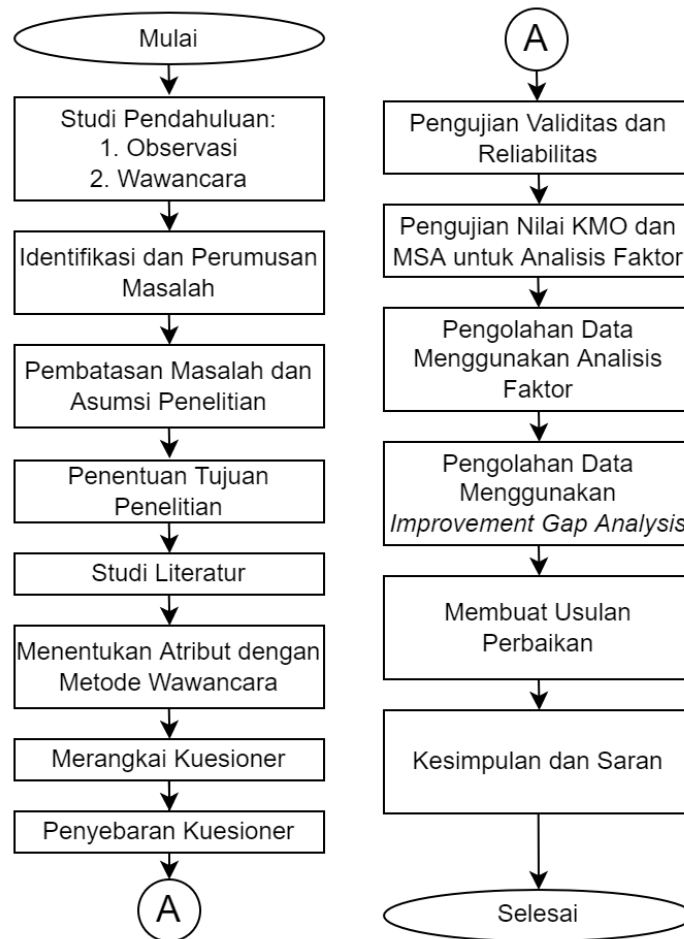
I.5 Manfaat Penelitian

Terdapat beberapa manfaat penelitian yang diharapkan berguna bagi beberapa pihak. Berikut merupakan manfaat penelitian yang diharapkan.

1. Menyediakan informasi terkait atribut-atribut kepuasan pelanggan di restoran X
2. Memberikan usulan perbaikan pada atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi bagi kepuasan pelanggan restoran X
3. Memberikan referensi bagi peneliti dengan topik serupa

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian menggambarkan urutan proses penelitian dan memiliki tujuan untuk memandu penelitian agar berlangsung secara terarah dan sistematis. Terdapat 12 tahapan pada penelitian ini. Berikut *flowchart* dari metodologi penelitian yang ditampilkan pada Gambar I.2.



Gambar 1.2 Metodologi Penelitian

Terlihat pada Gambar 1.2 urutan atau tahapan berlangsungnya penelitian. Berikutnya akan dibahas lebih dalam terkait tahapan-tahapan tersebut.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dilakukan dengan 2 metode yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan kepada pihak restoran X dan pelanggan. Wawancara kepada pihak restoran secara langsung bertemu di lokasi restoran, sedangkan wawancara dengan pelanggan melalui telepon. Komunikasi dan observasi langsung memberikan banyak informasi terkait kondisi dan permasalahan yang ada dari sudut pandang pemilik restoran dan pelanggan.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah
Pandangan awal terhadap kondisi restoran dipastikan dengan menggali data-data yang menunjang masalah. Data-data ini akan membantu mencari sumber masalah dan meningkatkan akurasi perumusan masalah. Masalah yang dirumuskan akan mempengaruhi tujuan dari penelitian
3. Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian
Penelitian memiliki batasan agar pencapaian tujuan penelitian lebih mudah dan terarah. Pembatasan masalah akan membantu mengarahkan penelitian dan asumsi yang digunakan akan menyederhanakan masalah.
4. Penentuan Tujuan Penelitian
Tujuan penelitian dibuat berdasarkan rumusan masalah yang ada di tahap sebelumnya karena bertujuan menyelesaikan rumusan masalah tersebut.
5. Studi Literatur
Pencarian informasi terkait ilmu-ilmu dan metode yang akan digunakan masuk dalam tahapan studi literatur. Ilmu dan metode ini akan menjadi acuan penelitian sehingga sumber yang digunakan harus terpercaya dan relevan dengan masalah yang ada.
6. Menyusun Atribut Menggunakan Metode Wawancara
Atribut kuesioner yang dicari sesuai dengan kasus yaitu terkait kepuasan pelanggan di restoran *online*. Penggunaan metode wawancara bertujuan untuk menggali informasi dari responden yang sudah pernah berbelanja di restoran X dan kemudian menarik atribut yang berpengaruh pada pengalaman responden tersebut.
7. Merangkai Kuesioner
Kuesioner disusun berdasarkan atribut-atribut yang sudah dibuat di tahap sebelumnya. Kuesioner dipastikan mudah dibaca dan dimengerti oleh responden. Pemilihan sampel dan penentuan jumlah sampel juga dilakukan pada tahap ini.
8. Penyebaran Kuesioner
Kuesioner disebar kepada pelanggan yang sudah pernah membeli produk dari restoran X. Penyebaran dilakukan secara daring.

9. Pengujian Validitas dan Realibilitas
Pengujian validitas dan realibilitas dilakukan untuk memastikan jawaban kuesioner dapat dijadikan data penelitian yang akurat dan konsisten.
10. Pengujian Nilai KMO dan MSA untuk Analisis Faktor
Nilai KMO diperiksa untuk mengetahui keseluruhan data yang diperoleh mencapai kecukupan sampel dan ketepatan penggunaan metode analisis faktor. Nilai MSA diperiksa untuk mengetahui kelayakan sebuah faktor untuk dilakukan analisis faktor. Setelah semua data diperiksa dan diseleksi maka dapat dilanjutkan ke pengolahan data
11. Pengolahan Data Menggunakan Analisis Faktor
Analisis faktor dilakukan untuk mengidentifikasi atribut yang tidak mudah untuk diamati, mengetahui korelasi antar atribut, dan mengidentifikasi atribut yang lebih sesuai untuk dianalisis lebih lanjut. Analisis faktor dilakukan menggunakan bantuan *software* SPSS.
12. Pengolahan Data Menggunakan *Improvement Gap Analysis*
Perhitungan dan pengolahan data dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan di restoran X, membagi atribut ke dalam 4 kategori dan menentukan atribut yang merupakan prioritas perbaikan. Metode yang digunakan dalam perhitungan dan pengolahan adalah *Improvement Gap Analysis*.
13. Membuat Usulan Perbaikan
Hasil pengolahan data akan dianalisis dan menjadi acuan dalam membuat usulan perbaikan ke pihak restoran. Usulan diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan dan menjadi solusi yang *feasible* untuk diterapkan
14. Kesimpulan dan Saran
Pembuatan kesimpulan dan saran merupakan tahapan terakhir penelitian. Kesimpulan dirangkum berdasarkan tujuan penelitian dan saran diberikan untuk beberapa pihak.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai sistematika penulisan pada penelitian. Penulisan pada penelitian ini dibagi ke dalam 5 bagian. Berikut penjelasan untuk setiap pembagian tersebut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan dibahas beberapa hal yang berkaitan dengan pendahuluan penelitian. Beberapa hal tersebut berupa latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatas masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan pustaka penelitian. Tinjauan pustaka berisikan pembahasan mengenai teori, ilmu, dan metode yang akan membantu penelitian. Pembahasan yang dilakukan berada dalam lingkup kualitas jasa.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini dibahas mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian. Proses dimulai dari penyusunan atribut dan pembuatan kuisisioner hingga penggunaan metode *improvement gap analysis* sebagai penentu atribut perbaikan prioritas.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini dibahas mengenai analisis dan usulan perbaikan untuk restoran X. Analisis yang dilakukan dan usulan yang diberikan didasari oleh hasil pengolahan data yang sudah dilakukan di bab sebelumnya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang ditarik dari penelitian. Kesimpulan yang dibuat disesuaikan dengan rumusan masalah yang sudah ditentukan. Saran yang diberikan diperuntukan bagi pihak restoran dan peneliti lain dengan kasus serupa.