

**EVALUASI DAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN
BRUDER COFFEE ROASTER DENGAN
MENGUNAKAN INTEGRASI SERVPERF DAN IPA**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama: Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar

NPM: 6131801005



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

EVALUASI DAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN BRUDER COFFEE ROASTER DENGAN MENGUNAKAN INTEGRASI SERVPERF DAN IPA

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama: Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar

NPM: 6131801005



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar
NPM : 6131801005
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : EVALUASI DAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN
BRUDER COFFEE ROASTER DENGAN
MENGUNAKAN INTEGRASI SERVPERF DAN IPA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 29 Agustus 2023
**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

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

Dosen Pembimbing Pertama

Dosen Pembimbing Kedua

ACC
29/08/2023

(Ir. MARIHOT NAINGGOLAN, S.T., M.T., MS.)

(Dr. YOGI YUSUF WIBISONO, S.T., M.T.)

PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar

NPM : 6131801005

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**EVALUASI DAN PERBAIKAN MUTU LAYANAN BRUDER COFFEE ROASTER
DENGAN MENGGUNAKAN INTEGRASI SERVPERF DAN IPA**

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, 31 Juli 2023



Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar

NPM : 6131801005

ABSTRAK

Bruder Coffee Roaster merupakan suatu *coffee shop* yang berlokasi di Puncut, Kabupaten Bandung Barat. Setelah melakukan identifikasi awal berupa wawancara pengunjung dan pemilik, didapatkan bahwa alasan utama tidak tercapainya target penjualan yang tiap bulannya cenderung menurun adalah mutu layanan yang kurang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat mutu layanan dan prioritas perbaikan atribut mutu layanan serta merancang usulan perbaikan untuk meningkatkan mutu layanan pada Bruder Coffee Roaster menggunakan integrasi *Service Performance* (SERVPERF) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Tingkat mutu layanan diukur dengan atribut yang ditentukan menggunakan metode SERVPERF, studi literatur, dan juga wawancara *stakeholders*. 21 atribut diperoleh dan disusun pada kuesioner yang disebar. Sebanyak 114 responden digunakan sebagai pengolahan data dengan metode IPA untuk menunjukkan prioritas perbaikan atribut yang harus dilakukan perbaikan. Berdasarkan pengolahan IPA, terdapat 5 atribut yang termasuk pada kuadran prioritas utama perbaikan. Terdapat 16 usulan perbaikan yang diajukan kepada pihak Bruder Coffee Roaster. Dari 16 usulan perbaikan yang diberikan yang didapatkan dari 5 atribut, 13 diterima oleh pihak Bruder Coffee Roaster, sedangkan 3 usulan lainnya dipertimbangkan.

ABSTRACT

Bruder Coffee Roaster is a coffee shop located in Punclut, West Bandung Regency. After carrying out initial identification in the form of interviews with visitors and owners, it was found that the main reason for not achieving the sales target, which tended to decrease every month, was poor service quality. This study aims to determine the level of service quality and priority for improving service quality attributes as well as designing improvement proposals to improve service quality at Bruder Coffee Roasters using the integration of Service Performance (SERVPERF) and Importance Performance Analysis (IPA). The level of service quality is measured by the attributes determined using the SERVPERF method, literature studies, and stakeholder interviews. Thus, 21 attributes were obtained and arranged in the distributed questionnaires. A total of 114 respondents were used as data processing with the IPA method to indicate the priority of improving attributes that must be repaired. Based on IPA processing, there are 5 attributes that are included in the main priority quadrant for improvement. There were 16 proposed improvements submitted to Bruder Coffee Roasters from the 5 attributes. Of the 16 proposed improvements, 13 were accepted by the Bruder Coffee roaster while 3 other suggestions were considered.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, skripsi dengan judul “Evaluasi dan Perbaikan Mutu Layanan Bruder Coffee Roaster dengan Menggunakan Integrasi SERVPERF dan IPA” berhasil diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung proses penyusunan dan penyelesaian skripsi. Dengan selesainya laporan skripsi, penulis berterimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Marihot Nainggolan, S.T., M.T., MS. selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi yang senantiasa telah menerima kehadiran dan membimbing penulis serta memberikan masukan, kritik, saran, waktu, tenaga, dan pikiran dalam penyusunan laporan skripsi.
2. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi yang senantiasa telah menerima kehadiran dan membimbing penulis serta memberikan masukan, kritik, saran, waktu, tenaga, dan pikiran dalam penyusunan laporan skripsi.
3. Pihak Bruder Coffee Roaster yang telah memberikan waktu, kesediaan, dan izin dalam pelaksanaan skripsi.
4. Orangtua penulis yang telah memberikan doa, dukungan, dan penguatan selama pelaksanaan skripsi.
5. Elizabeth Jelita yang selalu memberikan dukungan, waktu, dan masukan, serta mengingatkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
6. Teman-teman penulis, khususnya Yeremia Djohan, Raihan Atdri Putra Ramadhan, Theofilus Calvin Santosa, Vincent Susanto, Brian Akhmad Gustiardi, Aradhana Sandya, Prajna Ganendra, Henry Agus, Daniel Matthew, Adrianus Samuel, Muhammad Zhafran Athyyan, dan teman-teman lainnya yang telah memberikan pendapat dan masukan selama penyusunan laporan skripsi.
7. Serta berbagai pihak yang tidak mungkin dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini dan memohon maaf bila terdapat kesalahan baik yang disengaja dan tidak disengaja. Maka dari itu, segala saran dan kritik yang telah diberikan akan penulis akan diterima untuk mengembangkan kemampuan penulis. Penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Bandung, 23 Juli 2023
Jeremy Alessandro Batara Austin Siregar

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-4
I.3 Pembatasan dan Asumsi Penelitian	I-8
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-9
I.6 Metodologi Penelitian	I-9
I.7 Sistematika Penulisan	I-12
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 <i>Coffee Shop</i>	II-1
II.2 Jasa.....	II-1
II.3 Mutu Layanan.....	II-2
II.4 SERVPERF	II-3
II.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	II-4
II.6 <i>Sampling</i>	II-6
II.7 Pengujian Alat Ukur	II-8
BAB III EVALUASI MUTU LAYANAN	III-1
III.1 Atribut Mutu Layanan <i>Coffee Shop</i>	III-1
III.2 Perancangan Kuesioner	III-8
III.3 Pengambilan Data	III-12
III.4 Deskripsi Profil Responden.....	III-13
III.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	III-19
III.6 Tingkat Mutu Layanan	III-29
III.7 Prioritas Perbaikan Mutu Layanan	III-31

BAB IV ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Profil Responden	IV-1
IV.2 Analisis Tingkat Mutu Layanan	IV-3
IV.3 Analisis Prioritas Mutu Layanan.....	IV-5
IV.4 Analisis Perbaikan Mutu Layanan.....	IV-6
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Rekapitulasi Frekuensi Kunjungan Pelanggan Bruder Coffee Roasters	I-5
Tabel I.2 Rekapitulasi Niat Kembali Pelanggan Bruder Coffee Roasters	I-6
Tabel I.3 Rekapitulasi Alasan Pelanggan Tidak Tertarik Datang Kembali	I-6
Tabel III.1 Rekapitulasi Atribut Berdasarkan Jurnal Literatur	III-2
Tabel III.2 Rekapitulasi Atribut Hasil Wawancara	III-4
Tabel III.3 Atribut Kuesioner Akhir	III-7
Tabel III.4 Kuesioner Penilaian Kepentingan Atribut	III-9
Tabel III.5 Kuesioner Penilaian Performansi Atribut	III-10
Tabel III.6 Hasil Perhitungan KMO MSA	III-19
Tabel III.7 Hasil Anti-image Correlation Matrice	III-20
Tabel III.8 Hasil Pengolahan Data Total Variance Explained	III-22
Tabel III.9 Hasil Rotated Component Matrix	III-24
Tabel III.10 Daftar Dimensi Atribut Baru	III-26
Tabel III.11 Hasil Uji Reliabilitas Data Performansi Mutu Layanan	III-28
Tabel III.12 Pengujian SERVPERF Skor Kepentingan	III-29
Tabel III.13 Pengujian SERVPERF Skor Peformansi	III-30
Tabel III.14 Kuadran IPA Penelitian	III-32
Tabel IV.1 Instruksi Kerja Membersihkan Area Dining	IV-7
Tabel IV.2 Instruksi Kerja Membersihkan Toilet	IV-8
Tabel IV.3 Jadwal Pembersihan Area Dining dan Toilet	IV-9
Tabel IV.4 Sistem Pencatatan Pesanan	IV-14
Tabel IV.5 Instruksi Kerja Pelayanan Penyajian Pesanan	IV-15
Tabel IV.6 Hasil Rekapitulasi Akar Permasalahan dan Usulan Perbaikan	IV-16

DAFTAR GAMBAR

Gambar I. 1 Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2021	I-2
Gambar I. 2 Total Penjualan Brüder Coffee Roasters Bulan April 2022-Januari 2023	I-3
Gambar I. 3 Metodologi Penelitian	I-12
Gambar II. 1 Pembagian Kuadran IPA.....	II-6
Gambar III.1 Pie Chart Data Jenis Kelamin Responden.....	III-14
Gambar III. 2 Pie Chart Data Usia Responden	III-14
Gambar III. 3 Pie Chart Data Asal Daerah (tempat tinggal) Responden.....	III-15
Gambar III. 4 Pie Chart Data Pekerjaan Responden.....	III-16
Gambar III. 5 Pie Chart Data Frekuensi Kunjungan ke Suatu Coffee Shop Responden.....	III-17
Gambar III. 6 Pie Chart Frekuensi Mengunjungi Bruder Coffee Roaster Responden	III-18
Gambar III. 7 Pie Chart Data Tujuan Responden Mengunjungi Bruder Coffee Roaster	III-18
Gambar III. 8 Grafik IPA.....	III-31
Gambar IV.1 Kanopi Area Dining Outdoor	IV-11
Gambar IV. 2 Penomoran Meja	IV-13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian	A-1
Lampiran B Data Hasil Kuesioner.....	B-1

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pertama dalam penelitian ini akan dilakukan pendahuluan guna menjadi dasar dari penelitian ini. Bagian pertama akan membahas latar belakang masalah berdasarkan studi pendahuluan. Setelah latar belakang sudah diketahui maka dilakukan identifikasi dan rumusan masalah dari objek yang diteliti. Kemudian akan dilakukan penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

I.1 Latar Belakang Masalah

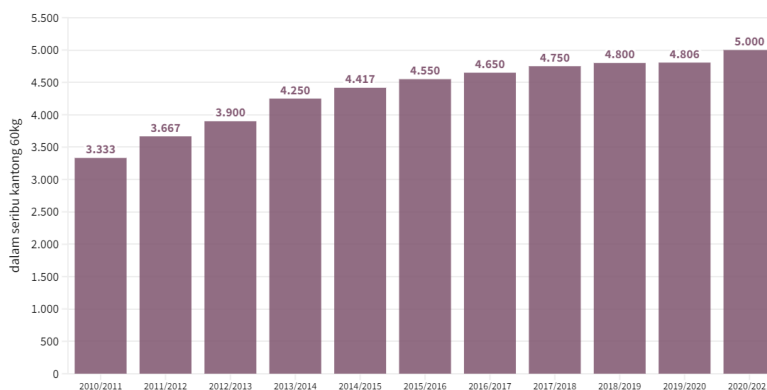
Manusia merupakan suatu makhluk ciptaan Tuhan yang memiliki kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan manusia dikelompokkan dalam tiga kategori berdasarkan kepentingan yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan juga tersier. Kebutuhan yang paling penting yaitu kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi dimana hal tersebut merupakan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan kedua merupakan kebutuhan sekunder dimana kebutuhan tersebut melengkapi kebutuhan primer dan kebutuhan ketiga adalah kebutuhan tersier yaitu kebutuhan akan barang mewah.

Dalam pemenuhan semua kebutuhan manusia terdapat dua nilai yaitu nilai fungsional dan nilai emosional. Menurut Oesman (2010), nilai fungsional berkaitan langsung dengan fungsi yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen. Jika memiliki keunggulan secara fungsional, maka sebuah merek mendominasi kategori. Menurut Sweeny & Soutar (2001), kebutuhan atau nilai fungsional berasal dari manfaat yang dirasakan konsumen yang bersumber dari perasaan atau emosi positif. Perasaan tersebut muncul ketika konsumen mengonsumsi produk atau jasa.

Menurut Herlyana (2012), bagi sebagian masyarakat perkotaan, meminum kopi bukan hanya sekedar tuntutan selera namun telah menjadi bagian dari gaya hidup, sehingga tanpa ragu mereka menghabiskan uang dan mengisi waktu luang

dengan meminum kopi di kedai-kedai kopi tertentu. Saat ini kedai kopi diyakini sebagai tempat yang nyaman untuk berkumpul atau melakukan rapat, bahkan dijadikan tempat untuk mencari makanan karena kebanyakan kedai kopi pada zaman modern ini menyajikan makanan dari cemilan hingga makanan berat.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan International Coffee Organization, pada tahun 2020 hingga 2021, Indonesia merupakan negara yang berada pada urutan kedua dalam konsumsi kopi dimana mencapai 5000 juta kantong berukuran 60 kilogram. Menurut Hariyanto (2019), setidaknya pada bulan Agustus 2019, jumlah kedai kopi di Indonesia mencapai lebih dari 2950 gerai yang pertumbuhannya hampir tiga kali lipat atau bertambah 1950 gerai jika dihitung dari tahun 2016. Pertumbuhan kedai kopi yang pesat tersebut membuat persaingan antar pemilik bisnis kedai kopi semakin ketat. Berikut merupakan grafik konsumsi kopi di Indonesia tahun 2010 hingga 2021.



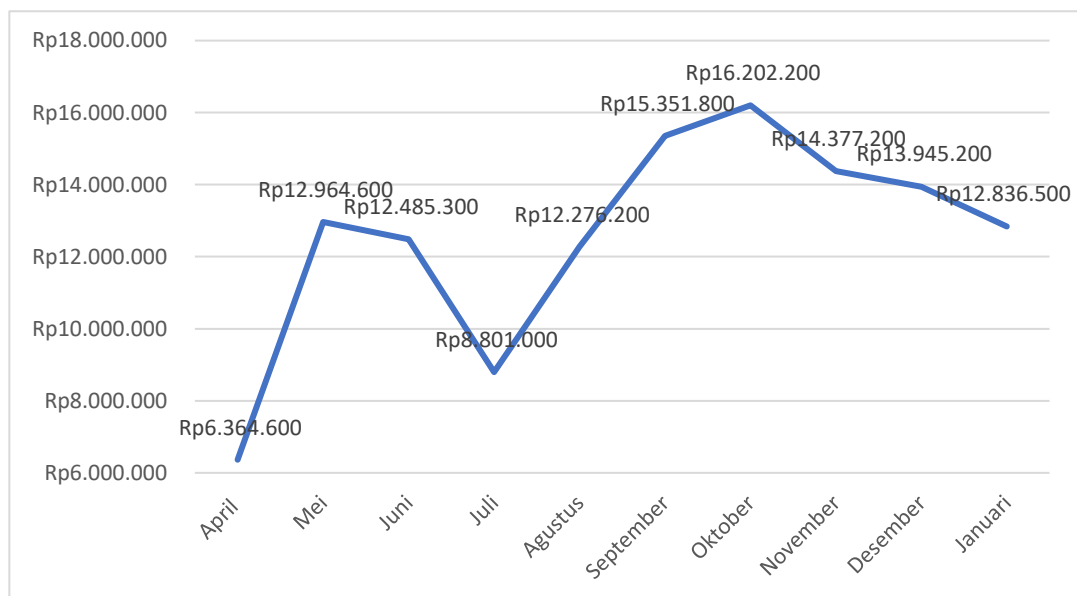
Gambar I. 1 Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2010-2021

(Sumber: <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021>)

Brüder Coffee Roaster merupakan salah satu kedai kopi yang berada di kota Bandung, tepatnya di jalan Pagermaneuh, Punclut Bandung. Brüder Coffee Roasters sudah berdiri sejak bulan Mei tahun 2020 dimana waktu tersebut bersamaan dengan mulainya pandemi Covid-19. Produk yang dijual di kedai kopi ini bukan hanya kopi dan teh namun juga *mocktail* yaitu minuman segar yang dipadu dengan buah-buahan, *herbs* atau bunga yang disajikan di atas gelas seperti halnya *cocktail* namun tanpa adanya campuran alkohol. Salah satu pembeda Brüder Coffee Roasters dengan kedai kopi lainnya adalah dengan penjualan biji kopi berkualitas tinggi yang sudah dipanggang. Pelanggan biji kopi pangangan Brüder Coffee Roasters merupakan kedai-kedai kopi ternama di kota

Bandung diantaranya adalah Masagi, Thelapan coffee, Kogarashi, *The Pleasant Service*, dan lain-lain.

Brüder Coffee Roasters menetapkan target penjualan yang sama pada tiap bulannya yaitu senilai Rp 20.000.000 untuk penjualan *dine-in*. Pencatatan penjualan yang lengkap terdapat dari bulan April 2022 hingga Januari 2023, dimana dari sepuluh bulan tersebut target penjualan bulanan tidak tercapai. Berikut merupakan grafik total penjualan Brüder Coffee Roasters dari bulan April 2022 hingga Januari 2023.



Gambar I. 2 Total Penjualan Brüder Coffee Roasters Bulan April 2022-Januari 2023

Dapat dilihat pada Gambar I.2, total penjualan dari Brüder Coffee Roasters memiliki *trendline* yang tidak konsisten, ditambah lagi dari bulan April 2022 hingga Oktober 2023 tidak mencapai target penjualan yang sudah ditentukan. Dapat dilihat pada gambar diatas bahwa terjadi lonjakan penjualan pada bulan Mei dan bulan Juni yang dikarenakan libur lebaran dan juga *high season* untuk liburan pada bulan juni. Pada bulan September dan Oktober 2022 terdapat kenaikan penjualan dikarenakan pemilik memasang iklan pada google ads, namun setelah bulan oktober 2022 pemasangan google ads dihentikan dan grafik penjualan mengalami penurunan. Naiknya penjualan pada Bruder Coffee Roasters dikarenakan eksposur yang terbentuk dari iklan, namun setelah tidak dipasangnya iklan maka terjadi penurunan grafik setiap bulannya yang dapat disebabkan oleh

berkurangnya pelanggan baru yang membeli atau pelanggan lama yang enggan membeli kembali di Bruder Coffee Roasters.

Pemilik mengatakan dengan meningkatnya jumlah kedai kopi di daerah Punclut yang merupakan tujuan wisata, maka Brüder Coffee Roasters juga berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan rasa produk yang maksimal dan juga kualitas pelayanan yang terbaik. Dari kedua hal yang berusaha diberikan oleh pemilik, maka harapannya dapat membuat pelanggan bertahan dan berkunjung kembali karena merasa puas akan kualitas pelayanan dan juga rasa produk yang diberikan. Menurut Fornell (1992), konsumen atau pelanggan yang puas akan melakukan kunjungan ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas jasa yang dirasakannya. Pemilik dari Brüder Coffee Roasters menginginkan tercapainya atau bahkan melewati target penjualan yang sudah ditetapkan tiap bulannya. Maka dari itu, diperlukan adanya perbaikan guna meningkatkan pendapatan dari Brüder Coffee Roasters. Dengan adanya perbaikan tersebut, diharapkan jumlah total penjualan tiap bulan dapat cenderung naik dengan bertambahnya jumlah pelanggan baru yang berkunjung ataupun pelanggan lama yang berniat membeli kembali.

I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Untuk mengetahui penyebab dari permasalahan yang dialami Brüder Coffee Roasters yaitu tidak tercapainya target penjualan per bulan, maka dilakukan wawancara terhadap pemilik Bruder Coffee Roasters. Pemilik mengatakan bahwa menurut pemilik, terdapat dua alasan utama mengapa target penjualan untuk BEP tidak tercapai yaitu pertama karena tampak depan dari Bruder Coffee Roasters sendiri tidak mengundang pengunjung dikarenakan kurangnya bentuk dan estetika dari tampak depan sehingga target konsumen yang melewati Bruder Coffee Roasters tidak tertarik untuk berkunjung. Alasan kedua adalah bagian *indoor* dari Bruder Coffee Roasters yang estetikanya kurang maksimal sehingga tidak bisa di *showcase* di *social media* untuk cukup mengundang customer.

Dari hasil wawancara kepada pemilik, dikatakan juga bahwa pemilik sudah melakukan upaya untuk meningkatkan pendapatan dari Brüder Coffee Roasters dengan cara memasang iklan melalui *google ads*. Pemasangan iklan dilakukan

selama dua bulan yaitu pada bulan September dan Oktober tahun 2022 dan pemilik mengatakan bahwa pendapatan dari Brüder Coffee roasters meningkat namun tidak secara drastis dan masih dibawah target penjualan, maka dari itu pemasangan iklan tidak dilanjutkan karena menurut pemilik peningkatan pendapatan tersebut tidak sebanding dengan biaya pemasangan iklan.

Pemilik mengatakan saat dilakukan pemasangan iklan serta setelah pemasangan iklan dihentikan yaitu setelah bulan September 2022, pembeli yang datang merupakan wajah-wajah baru atau pembeli yang baru pertama kali mengunjungi Bruder Coffee Roasters. Untuk mendukung pernyataan dari pemilik tersebut maka dilakukan wawancara kepada 38 pembeli Bruder Coffee Roasters dengan memberi pertanyaan kepada responden mengenai apakah responden merupakan pengunjung yang relatif baru atau merupakan pengunjung lama. Tujuan dari wawancara tersebut adalah agar mengetahui apakah pembeli yang datang merupakan mayoritas pelanggan baru atau pelanggan lama yang datang kembali. Berikut merupakan tabel rekapitulasi dari frekuensi kunjungan responden di Bruder Coffee Roasters.

Tabel I.1 Rekapitulasi Frekuensi Kunjungan Pelanggan Bruder Coffee Roasters

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Responden
1	18
2	13
>2	7

Dari 38 responden yang di wawancarai, sebanyak 18 responden yang baru pertama kali berkunjung, 13 responden yang sedang berkunjung untuk kedua kalinya, dan 7 responden yang sudah pernah berkunjung lebih dari 2 kali di Bruder Coffee Roasters. Berdasarkan data yang didapatkan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengunjung yang diwawancarai merupakan pelanggan baru karena responden yang baru pertama kali atau sedang berkunjung untuk kedua kalinya dianggap sebagai pengunjung baru yang berjumlah sebanyak 31 responden, sedangkan pelanggan yang sudah berkunjung lebih dari 2 kali atau dianggap sebagai pelanggan lama hanya berjumlah sebanyak 7 orang. Selanjutnya diberikan pertanyaan kepada semua responden wawancara mengenai apakah responden berniat untuk kembali ke Bruder Coffee Roasters atau tidak. Berikut merupakan tabel rekapitulasi mengenai niat responden untuk berkunjung kembali ke Bruder Coffee Roasters.

Tabel I.2 Rekapitulasi Niat Kembali Pelanggan Bruder Coffee Roasters

Frekuensi Kunjungan	Ingin Kembali (Responden)	Tidak Ingin Kembali (Responden)
1	5	13
2	3	10
>2	3	4

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden yang ditanyakan tidak berniat untuk berkunjung kembali ke Bruder Coffee Roasters. Terdapat 27 dari 38 responden yang menjawab tidak ingin kembali dimana jumlah tersebut mencakup 71 persen dari jumlah responden yang diwawancarai. Sedangkan hanya terdapat 11 dari 38 responden atau 29 persen yang menjawab ingin kembali berkunjung ke Bruder Coffee Roasters. Setelah diketahui bahwa mayoritas responden tidak ingin berkunjung kembali maka diberikan pertanyaan selanjutnya mengenai alasan yang membuat responden tidak ingin membeli kembali di Bruder Coffee Roasters. Berikut merupakan tabel rekapitulasi jawaban responden mengenai alasan mengapa tidak memiliki niat untuk membeli kembali di Bruder Coffee Roasters.

Tabel I.3 Rekapitulasi Alasan Pelanggan Tidak Tertarik Datang Kembali

Alasan Tidak Tertarik Datang Kembali	Frekuensi
Pelayanan Kurang Ramah	10
Terlalu Lama Menunggu Pesanan Sampai	6
Sulit Untuk Memesan Kembali (Barista Sulit Dipanggil)	4
Fasilitas Kurang Lengkap	4
Menu Kurang Beragam	2
Pesanan Yang Sampai Beda Dengan Yang Dipesan	1

Dari hasil wawancara tersebut dapat dilihat terdapat 10 responden yang menjawab bahwa pelayanan yang diterima kurang ramah, 6 responden menjawab terlalu lama menunggu pesanan sampai, 4 responden menjawab sulit untuk memesan kembali, 4 responden menjawab fasilitas yang ada kurang lengkap, 2 responden menjawab menu yang kurang beragam, dan 1 responden yang menjawab bahwa pesanan yang sampai berbeda dengan yang dipesan sebagai alasan responden tidak tertarik untuk membeli kembali di Bruder Coffee Roasters. Berdasarkan jawaban dari responden tersebut maka dapat disimpulkan bahwa adanya keluhan yang dirasakan oleh mayoritas pengunjung akan pelayanan yang diberikan oleh Bruder Coffee Roasters.

Setelah mengetahui bahwa Bruder Coffee Roasters memiliki kelemahan pada mutu layanan maka dilakukan wawancara kepada pemilik. Pemilik mengatakan bahwa sering mendapatkan keluhan dari pengunjung terkait mutu layanan yang buruk di Bruder Coffee Roasters. Sejauh ini pemilik hanya menunggu keluhan yang diberikan oleh pengunjung dan tidak melakukan evaluasi terhadap kelemahan mutu layanan yang ada. Dikarenakan sifat pemilik yang hanya menunggu keluhan maka pemilik dianggap tidak memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai mutu layanan yang diberikan pada Bruder Coffee Roasters. Hal ini menyebabkan belum terciptanya kepuasan pelanggan bagi para pengunjung sehingga enggan untuk kembali lagi. Berdasarkan hasil wawancara tersebut maka diperlukan evaluasi mutu layanan yang diberikan pada Bruder Coffee Roasters sehingga pengunjung yang membeli dapat merasa puas akan layanan yang ada dan dapat timbul niat membeli kembali pada Bruder Coffee Roasters.

Pengukuran untuk melihat mutu layanan dilakukan menggunakan metode SERVPERF atau *service performance*. Menurut Cronin dan Taylor (1992), metode SERVPERF adalah metode pengukuran kualitas dengan meningkatkan kinerja yang nantinya akan dirasakan oleh konsumen sendiri dan dinilai oleh konsumen mengenai perkembangan kinerja yang dirasakan. Kemudian menurut Dharmayanti (2006), SERVPERF menyatakan ukuran mutu layanan adalah kinerja dari pelayanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen hanya akan dapat menilai kualitas dari pelayanan yang benar-benar mereka rasakan. Metode SERVPERF dapat memberikan gambaran akan tingkat mutu layanan namun metode ini mengasumsikan bahwa tingkat kepentingan dari atribut mutu layanan itu semua sama, sedangkan tidak semua konsumen memiliki pandangan akan kepentingan atribut mutu layanan yang sama.

Maka dari itu atribut mutu layanan yang telah diukur menggunakan metode SERVPERF akan diukur tingkat kepentingannya menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Murdy dan Pike (2012), metode *Importance Performance analysis* merupakan salah satu cara perusahaan untuk melihat atribut jasa apa yang dirasa penting serta dianggap memiliki kinerja baik oleh konsumen. Setelah kepentingan atribut mutu layanan diukur menggunakan metode IPA maka pemilik dapat mengetahui prioritas dari atribut mutu layanan

yang harus diperbaiki atau dievaluasi sehingga pemilik dapat memperbaiki tingkat mutu layanan pada Bruder Coffee Roasters. Berdasarkan pemaparan terkait identifikasi masalah yang terdapat pada Brüder Coffee Roasters, maka dilakukan perumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana tingkat mutu layanan Bruder Coffee Roasters sesuai dengan metode SERVPERF?
2. Bagaimana prioritas perbaikan atribut untuk meningkatkan mutu layanan sesuai dengan metode IPA?
3. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diberikan untuk meningkatkan mutu layanan?

I.3 Pembatasan dan Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini diperlukan adanya batasan terhadap masalah yang ada dengan tujuan agar penelitian dapat terfokus dan dengan harapan usulan yang diberikan terhadap objek penelitian dapat lebih spesifik dengan adanya batasan tersebut. Batasan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian rancangan usulan perbaikan terhadap Brüder Coffee Roasters. Selain batasan, terdapat juga asumsi yang digunakan dalam penelitian ini. Asumsi diterapkan agar usulan perbaikan yang diberikan terhadap Brüder Coffee Roasters menjadi lebih tepat. Berikut merupakan asumsi yang di berikan pada penelitian ini.

1. Tidak terdapat perubahan harga pada Brüder Coffee Roasters selama penelitian dilakukan.
2. Tidak terdapat perubahan menu pada Brüder Coffee Roasters selama penelitian dilakukan.
3. Tidak terdapat perubahan kualitas pelayanan pada Brüder Coffee Roasters selama penelitian dilakukan.
4. Tidak terdapat perubahan lokasi Brüder Coffee Roasters selama penelitian dilakukan.

I.4 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah yang ada selama berjalannya proses penelitian, terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai. Berikut merupakan tujuan dilakukannya penelitian ini.

1. Mengetahui tingkat mutu layanan di Brüder Coffee Roasters sesuai dengan metode SERVPERF.
2. Dapat membuat prioritas usulan perbaikan atribut untuk meningkatkan mutu layanan sesuai dengan metode IPA.
3. Memberikan usulan yang dapat digunakan untuk meningkatkan mutu pelayanan pada Brüder Coffee Roasters.

I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemilik usaha. Berikut merupakan manfaat yang diperoleh dari penelitian ini.

1. Pemilik usaha dapat mengetahui permasalahan yang terdapat pada *Coffee Shop* dan mendapatkan usulan perbaikan yang dapat memperbaiki permasalahan yang ada agar dapat meningkatkan penjualan.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan terkait metodologi penelitian yang tentunya memperhatikan langkah-langkah yang dilakukan agar mendapatkan penelitian yang sistematis. Langkah-langkah tersebut harus dilakukan secara runtut dari awal sampai akhir. Berikut merupakan penjelasan metode penelitian beserta Gambar 1.5 yaitu *flowchart* dari langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian.

1. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan tahapan pertama yang dilakukan dalam penelitian ini. Penelitian pendahuluan dilakukan dengan 3 cara yaitu dengan melakukan observasi langsung ke Brüder Coffee Roasters, melakukan wawancara dengan pemilik Brüder Coffee Roasters, dan dengan studi literatur guna menjadi acuan untuk mencari referensi dan pemahaman akan penelitian.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi serta perumusan masalah dari penelitian yang dilakukan. Identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap konsumen Brüder Coffee Roasters yang minimal satu kali membeli pada Brüder Coffee Roasters dalam satu bulan terakhir. Selanjutnya dilakukan perumusan masalah agar dapat diketahui hal yang perlu diselesaikan dari penelitian.

3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah menentukan batasan dan asumsi penelitian. Tahapan ini dilakukan sehingga cakupan yang diteliti tidak meluas dan usulan yang diberikan untuk Brüder Coffee Roasters spesifik dan akurat.

4. Penentuan Atribut Mutu Layanan *Coffee Shop*

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah menentukan atribut mutu layanan *coffee shop*. Atribut mutu layanan ini ditentukan oleh peneliti dan didapatkan melalui proses wawancara kepada pelanggan serta dibantu dengan bantuan studi literatur. Tahapan ini dilakukan guna mendapatkan informasi dari pelanggan terkait objek penelitian yaitu Bruder Coffee Roaster dan studi literatur yang digunakan adalah jurnal dan penelitian terdahulu mengenai permasalahan yang serupa.

5. Pengembangan Kuesioner Mutu Layanan

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah pengembangan kuesioner mutu layanan. Pengembangan kuesioner dilakukan dengan mempertimbangkan variabel dan identifikasi atribut yang akan digunakan untuk mengukur atribut mutu layanan pada penelitian.

6. Penyebaran Kuesioner

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner akan disebar kepada pelanggan yang telah mengunjungi Bruder Coffee Roasters. Jawaban dari kuesioner tersebut akan digunakan sebagai data yang akan diolah pada langkah selanjutnya.

7. Pengolahan Data

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah pengolahan data dengan mengukur tingkat mutu layanan dan penentuan prioritas perbaikan mutu layanan. Dilakukan pengukuran tingkat mutu layanan terkait atribut yang telah didapatkan menggunakan metode Servperf. Langkah ini dilakukan guna mengukur tingkat

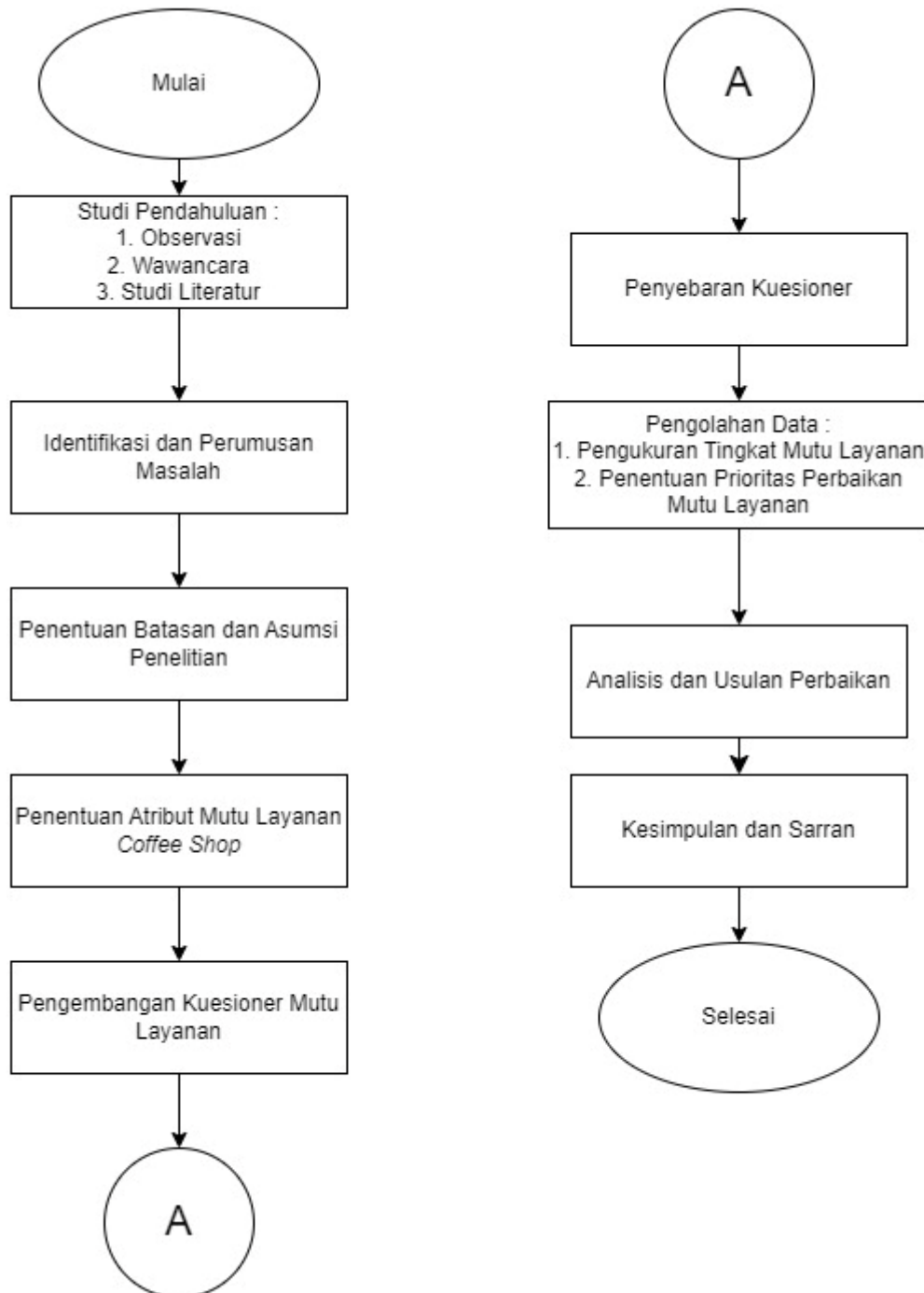
mutu layanan sesuai atribut yang telah didapat pada Bruder Coffee Roaster. Kemudian dilakukan penentuan prioritas perbaikan mutu layanan menggunakan Metode IPA. Metode ini digunakan agar atribut mutu layanan yang telah didapatkan melalui metode SERVPERF dapat diketahui tingkat kepentingannya.

8. Analisis dan Usulan Perbaikan

Tahapan selanjutnya yang dilakukan adalah analisis penentuan usulan perbaikan. Analisis dilakukan terhadap data yang telah didapatkan dan diolah dari pengujian metode penelitian sebelumnya. Hasil analisis tersebut digunakan untuk mengetahui prioritas atribut mutu layanan yang akan digunakan untuk meningkatkan mutu layanan dari Bruder Coffee Roasters.

9. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir yang dilakukan pada penelitian adalah menentukan kesimpulan dan saran yang akan diberikan. Kesimpulan akan menjawab rumusan masalah yang ada sehingga penelitian dianggap berhasil. Saran yang diberikan kepada pemilik Brüder Coffee Roasters dan penelitian selanjutnya.



Gambar I. 3 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Subbab ini akan menjelaskan tentang sistematika penulisan yang ditujukan sebagai dasar penulisan penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penulisan ini

terbagi menjadi 5 bagian sesuai dengan bab yang ada dalam penelitian. Kelima bab tersebut akan dideskripsikan secara deskriptif dalam bentuk penjelasan dibawah ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, akan dibahas mengenai latar belakang dari masalah yang diteliti, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan dan asumsi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, akan dibahas mengenai teori dasar dan metode penelitian yang digunakan. Kedua hal tersebut akan didasarkan dari hasil studi literatur melalui buku, jurnal, internet, atau *e-book*. Teori yang digunakan didapat berdasarkan proses studi literatur melalui sumber terpercaya.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, akan dibahas mengenai pengumpulan dan pengolahan data menggunakan integrasi SERVPERF dan IPA. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menentukan atribut dan penyusunan serta penyebaran kuesioner. Setelah melakukan penyebaran kuesioner, didapatkan data yang akan mendukung penelitian ini lebih lanjut. Data yang diperoleh akan di uji validitas dan reliabilitasnya lalu akan diolah menggunakan metode SERVPERF dan IPA.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini, akan dibahas mengenai analisis terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Semua hasil dari pengujian dan juga pengolahan data akan dianalisis sehingga semua atribut yang menjadi prioritas perbaikan dapat diberikan usulan perbaikan. Usulan perbaikan yang diberikan tersebut juga akan dianalisa pada bab ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, akan dibahas mengenai kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian. Kesimpulan dan saran disusun berdasarkan keadaan Bruder Coffee Roaster saat ini, hasil pengolahan data, dan analisis yang dilakukan.