

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DENGAN PENERAPAN IPGCV

*by Ahmad Miftah Maulana .*

---

FILE JURNAL\_TA\_BARU.DOCX (223.83K)

TIME SUBMITTED 26-JUL-2018 10:15AM (UTC+0700)

SUBMISSION ID 985299832

WORD COUNT 2924

CHARACTER COUNT 18870

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DENGAN PENERAPAN *IPGCV*

Ahmad Miftah Maulana

Tjahyo Purtono

Siti Muhimatul Khoiroh

Teknik industri, Universitas 17 Agustus 1945 surabaya

[miftahmaulana1996@gmail.com](mailto:miftahmaulana1996@gmail.com)

## ABSTRAK

Dalam bisnis jasa, memberikan kepuasan kepada pelanggan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan, dalam proses pelayanan kepada pelanggan perusahaan harus memberikan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan. Salah satu pelayanan yang sering dijumpai ialah pelayanan di restoran. Salah satunya Restoran ZX yang memprioritaskan pelayanan kepada pelanggannya guna memenuhi kebutuhan dan memberi kepuasan pelanggan. Dengan dilakukannya Penelitian ini untuk mengetahui penilaian dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, dan mengetahui pelayanan mana yang harus mendapatkan prioritas untuk diperbaiki dengan Analisa metode *Service quality* dengan *Index Potential Gain Customer value*. Dari hasil perhitungan *service quality* bahwa nilai kualitas didapat adalah 0.887 yang tidak memenuhi standart ( $\geq 1$ ) maka kepuasan pelanggan masih belum tercapai. Sedangkan pernyataan yang mendapatkan perbaikan utama dalam perbaikan kualitas layanan dengan Diagram I-PA dan *indek PGCV* adalah atribut pemberian jasa pelayanan (makanan) yang cepat dengan nilai 5.31. sehingga pelanggan masih menginginkan kualitas pelayanan untuk setiap variabel yang ada.

**Kata kunci:** *Kepuasan Pelanggan, Service Quality, Index Potential Gain Customer value, Restoran ZX.*

## ABSTRACT

In business, providing customer satisfaction is one of the key to achieving success, in the process of servicing the company's customers who are required to provide what customers want. One of the usual services is the service at the restaurant. One of them Restaurant ZX which always prioritizes service to its customers to meet the needs and give customer satisfaction. This study was conducted with the aim to know the quality of services, and know which services are needed to be improved by the Analysis of service quality with the Potential Index Get customer value. From the calculation of the quality of service is the value of quality obtained is 0.887 yang not meet the standard ( $\geq 1$ ) then the internet's power has not reached. is there any attribute that needs to get top priority for quality improvement

with I-PA Diagram and PGCV index is a fast service attribute (food) with a value of 5.31. Customers are still improving the quality of service for each variable.

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Service Quality, Potential Index Get Customer Value, Restaurant ZX.*

## PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya dunia bisnis dan adanya persaingan antar produk dari setiap perusahaan semakin pula perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik bagi konsumennya. Dalam bisnis suatu keberhasilan adalah cita-cita dari setiap perusahaan. Untuk mencapai keberhasilan, perusahaan dituntut untuk bisa mengerti akan keinginan pelanggannya. Memenuhi kepuasan pelanggan adalah faktor keberhasilan dalam setiap perusahaan. Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan sebagai pengambilan keputusan. Karena perusahaan sejenis semakin banyak yang beroperasi, membuat masyarakat menentukan pilihan kebutuhan sesuai.

Restoran merupakan usaha penyedia jasa minuman dan makanan yang difasilitasi oleh alat dan perlengkapan dalam proses pembuatan serta pelayanannya. Restoran ZX merupakan restoran disurabaya, dalam bisnis sebuah restoran harus mempunyai target omset, target omset itu sendiri didapatkan dari perhitungan pengeluaran dan pemasukan perusahaan, dengan ditentukannya target omset tersebut perusahaan dapat menjadikannya tolok ukur untuk keberhasilannya. dalam perkembangannya Restoran ZX mengalami penurunan omset yang belum diketahui penyebabnya.

Tabel 1.1 Jumlah Omset Restoran

Bulan	Target omset (Rp)	Realitas omset (Rp)	Selisih Omset (Rp)
Juli	630.000.000	600.000.000	30.000.000
Agustus	630.000.000	611.000.000	19.000.000
September	630.000.000	584.000.000	46.000.000
Oktober	630.000.000	612.000.000	18.000.000
November	630.000.000	590.000.000	40.000.000
Desember	630.000.000	589.000.000	41.000.000

Untuk menghadapi menurunnya omset perusahaan ini adalah analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu konsumen yang menggunakan jasa Restoran, perusahaan harus dapat melayani semua yang diinginkan oleh konsumen. sehingga layanan kualitas sangat diutamakan karena banyaknya pesaing. dalam hal ini peneliti bermaksud untuk mengetahui informasi tentang kualitas layanan yang diberikan kepada konsumennya. untuk mengetahui apa saja yang diharapkan bagi konsumen, dan atribut apa saja yang perlu diperbaiki pelayanannya sehingga semua konsumen merasa puas dan jumlah konsumen terus mengalami peningkatan.

### **Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh pengelola Restoran ZX.
2. Mengetahui atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan perhitungan *Servqual* dengan *PGCV*.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Jasa**

Jasa diartikan sebagai sebuah perbuatan dan tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak satu kepada pihak kedua yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak memberikan hasil kepemilikan. Kotler, (2005).

#### **Definisi Kualitas**

Definisi dari kualitas yaitu mengetahui suatu karakteristik langsung dari sebuah produk dan jasa yaitu keandalan, mudah untuk digunakan, performansi, estetika dan lain sebagainya. Sedangkan dari definisi strategik, kualitas adalah sesuatu yang memberikan kebutuhan atau keinginan pelanggan.

### **Materi Dan Metode**

#### **Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)**

Menurut (Parasuraman, 2002) terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan, yakni :

1. Keandalan yaitu memberikan pelayanan yang tepat dan sesuai dengan yang dijanjikan dan dapat dipercaya, terutama memberi jasa layanan secara (*on time*) tepat waktu, sesuai dengan antrian.
2. Daya tanggap, yaitu kesediaan karyawan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen yang dibutuhkan.
3. Jaminan, yaitu kesopanan dan komunikasi karyawan untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan membuat konsumen terbebas dari risiko bahaya.
4. Empati, yaitu sikap karyawan untuk memenuhi suatu kebutuhan konsumen, baik dan mudah dalam komunikasi dan hubungan.
5. Produk-produk Fisik, yaitu tersedia perlengkapan fasilitas fisik, dan sarana komunikasi.

Lima konsep dimensi kualitas pelayanan di atas merupakan suatu penilaian yang dilakukan perusahaan untuk memberikan penilaian kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan.

### ***Indeks Potential Gain Customer Value (Indeks PGCV)***

Analisa IPGCV melibatkan tingkat penilaian pelayanan (performance) dan harapan pelayanan (importance). Jadi pihak manajemen juga dapat membangun suatu survei yang dapat mengukur dua hal yang penting dari *Servqual*, yaitu:

1. Penilaian konsumen dari tingkat harapan suatu pelayanan.
2. Penilaian konsumen dari tingkat kepuasan suatu pelayanan.

Langkah pertama dari analisa ini adalah membuat setiap kriteria variabel kualitas pelayanan untuk dibuat grafik *Importance-Performance* (I-PA), dan melakukan perhitungan indeks PGCV.



Gambar 2.1 Grafik (I\_P)

Sumber : Horn, Willard C., *Make Customer Service Analyses a Little Easier with PGCV Index*, Quality Progress Magazine, March 1997.

Kuadran A : *Problem and concentrate here*

Kuadran B : *Keep the good work*

Kuadran C : *Ignorent (Low Priority)*

Kuadran D : *Cost and possible overskill*

Kuadran A: *Problem And Concentrate Here* yaitu penilaian yang rendah dan harapan yang tinggi dari pelanggan, yang berarti pelanggan belum puas dikarenakan harapan yang belum terpenuhi. Untuk itu atribut-atribut yang ada pada kuadran ini pertama untuk ditingkatkan.

Kuadran B: *Keep the good work* yaitu atribut yang ada pada kuadran ini penilaian yang tinggi dan harapan yang tinggi sebagai fokus utama sebagai kepuasan konsumen,

sehingga manajemen perusahaan berkewajiban mengelolanya dan dapat terus mempertahankan atribut-atribut pada kuadran ini sehingga prestasi dapat dicapai.

Kuadran C: *Ignorent (Low Priority)* yaitu atribut yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat penilaian rendah dan harapan rendah, sehingga perusahaan tidak perlu memberi perhatian pada Atribut-atribut tersebut.

Kuadran D: *Cost and possible overskill* yaitu pada kuadran ini mempunyai tingkat penilaian rendah dan harapan rendah dianggap tidak berpengaruh dalam perkembangan perusahaan, sehingga manajemen harus mengalokasikan sumber daya tersebut kepada Atribut- atribut yang lebih membutuhkan penanganan lebih tinggi.

### Pengumpulan Data

Pengamat<sup>1</sup> terhadap objek dilakukan agar mendapatkan data sesuai dengan yang sebenarnya dan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan kepada konsumen.

### Analisis data.

Uji validitas dilakukan agar peneliti mengetahui komponen pernyataan yang dibuat menunjukkan adanya korelasi antara satu dengan yang lainnya:

$$r = \frac{n\sum(xy) - (\sum x\sum y)}{\sqrt{n[\sum x^2 - (\sum x)^2] - n[\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

pengertian:

X = total pernyataan

Y = Skor total pernyataan

n = Banyaknya pernyataan

r = skor validitas

<sup>10</sup>

Apabila hasil r hitung lebih besar dari r tabel maka kuisisioner dapat dikatakan valid. Dari hasil analisis item-item pertanyaan yang telah dilakukan dengan taraf signifikan 5%, diperoleh bahwa item pernyataan telah valid (shahih).

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa besar pernyataan yang digunakan untuk mengukur itu dapat memberikan hasil sama apabila dilakukan untuk mengukur objek berkali-kali. Pengujian reliabilitas ini menggunakan koefisien *alpha cronbach* (hadi, 1991) yaitu:

$$rtt = \frac{M}{M-1} \left( \frac{Vt - Vx}{Vt} \right)$$

pengertian :

Vx= variansi pernyataan



Vt = variansi total (faktor)  
M = jumlah total butir  
 $\alpha = 5\%$

apabila koefisien alpha mendekati 1, maka didapatkan reliabilitas kuisioner yang baik.

**Uji kecukupan Data**, diperlukan untuk memastikan data yang dikumpulkan cukup atau Ideal untuk mengukur dari populasi yang ada. Pengujian ini dapat dilakukan berpedoman pada statistik, yaitu tingkat ketelitian dan keyakinan.

$$N' = \frac{N}{1+N.e}$$

pengertian:  
N = Jumlah sampel  
e = Error(0,1)  
N' = Data yang digunakan

Jika N' lebih kecil dari N maka data dianggap cukup. Semakin kecil tingkat kesalahan yang digunakan maka semakin besar ketelitian penelitian yang dihasilkan.

#### **Metode Servqual (Service Quality)**

Servqual (*Service Quality*) adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis suatu informasi yang ada kaitannya dengan layanan berdasarkan pada penilaian dan harapan pelanggan.

Untuk mengetahui kualitas akan layanan yang telah diteliti, maka dipergunakan rumus (Besterrfield,1998) yaitu:

$$\text{Kualitas} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Harapan}} \dots\dots$$

Jika  $Q \geq 1$ , berarti kualitas pelayanan baik.

Berdasarkan skor penilaian dan skor harapan yang dihasilkan dari setiap pernyataan atribut, maka dilakukan pengolahan kualitas untuk tiap dimensi yaitu:

Tabel 3.2 Skor Penilaian Dan Skor Harapan

Dimensi	Skor Penilaian (P)	Skor Harapan(E)	Q=P/E
Reliability (kehandalan)			
Responsiveness (ketanggapan)			
Assurance (jaminan)			
Empathy (perhatian)			
Tangible (bukti fisik)			
<b>Mean</b>			

Berdasarkan tabel diatas nanti kita dapat mengetahui nilai mean keseluruhan sehingga diperoleh nilai Q.

#### Index PGCV(Potential Gain Customer)

Indeks PGCV adalah perpanjangan dari metode analisis pemasaran yang umum digunakan yaitu *Importance/Performance Analysis* (IPA). Analisis pelanggan melalui angka total skala likert merupakan cara yang digunakan untuk analisis pelanggan. Langkah pertama untuk menghitung indeks Potential Gain Customer adalah mencari nilai *Achieved Customer Value*, yaitu dengan rumus berikut:

$$ACV = I \times P \dots\dots$$

Keterangan:

ACV = Nilai pencapaian

I = rata rata nilai harapan(Importance)

P = rata-rata nilai kinerja(performance)

Setelah menghitung nilai *Achieved Customer Value*, maka menghitung nilai Ultimate Desired Customer Value, yaitu dengan rumus berikut:

$$UDCV = I \times P_s \dots\dots\dots$$

Keterangan:

UDCV = nilai keinginan konsumen

I = rata-rata nilai harapan

P<sub>s</sub> = kinerja maksimum untuk skala likert



Dan selanjutnya perhitungan indeks potential gain customer value dengan rumus berikut:

$$PGCV = UDCV - ACV \dots \dots \dots$$

### Hasil Dan Pembahasan

#### Uji validitas

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel *Reliability* (Kehandalan) Penilaian Restoran ZX

Pernyataan	Nilai korelasi ( <i>Pearson Correlation</i> )	Keterangan
1	0.815	Valid
2	0.752	Valid
3	0.640	Valid
4	0.804	Valid

Lampiran.....

Dari tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan dengan nilai korelasi masing” pernyataan pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) lebih dari 0,361, yang artinya semua item pernyataan dalam variabel *Reliability* telah valid.

Tabel 4.4 Uji Validitas Variabel *Reliability* (Kehandalan) Harapan Restoran ZX.

Pernyataan	Nilai korelasi ( <i>Pearson Correlation</i> )	Keterangan
1	0.629	Valid
2	0.841	Valid
3	0.840	Valid
4	0.820	Valid

Lampiran.....

Dari tabel 4.12 diatas dapat disimpulkan dengan nilai korelasi masing” pernyataan pada dimensi *Reliability* (Kehandalan) lebih dari 0,361, yang artinya semua item pernyataan dalam variabel *Reliability* telah valid.

## Uji reliabilitas

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Penilaian

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Reliability (kehandalan)	0.731	Reliabel
Resposiviness(ketanggapan)	0.748	Reliabel
Empathy(perhatian)	0.711	Reliabel
Tangible(Bukti Fisik)	0.840	Reliabel
Empathy(Perhatian)	0.782	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.17 hasil nilai dari pengolahan dapat diketahui untuk nilai Cronbach Alpha masing” dari variabel atau mendekati 1 sehingga butir pernyataan dapat diandalkan.

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Harapan

Variable	Cronbach's Alpha	Keterangan
Reliability (kehandalan)	0.790	Reliabel
Resposiviness(ketanggapan)	0.825	Reliabel
Empathy(perhatian)	0.725	Reliabel
Tangible(Bukti Fisik)	0.836	Reliabel
Empathy(Perhatian)	0.784	Reliabel

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel 4.18 hasil nilai dari pengolahan dapat diketahui untuk nilai Cronbach Alpha masing” dari variabel atau mendekati 1 sehingga butir pernyataan dapat diandalkan.

## Uji Kecukupan Data

$$N' = \frac{N}{1+N.e}$$

$$N' = \frac{30,000}{1 + (30,000 \times 0,10^2)} = 99.66 = 100 \text{ orang}$$

## Analisis Service Quality

### Skor Penilaian Dan Skor Harapan

Dimensi	Penilaian (P)	Harapan (E)	Q=P/E
Reliability (kehandalan)	3.895	4.442	0.876
Responsiveness (ketanggapan)	3.942	4.465	0.882
Assurance (jaminan)	3.985	4.481	0.889
Empathy(perhatian)	4.13	4.446	0.928
Tangible (bukti fisik)	3.796	4.408	0.861
<b>Mean</b>	3.949	4.448	0.887

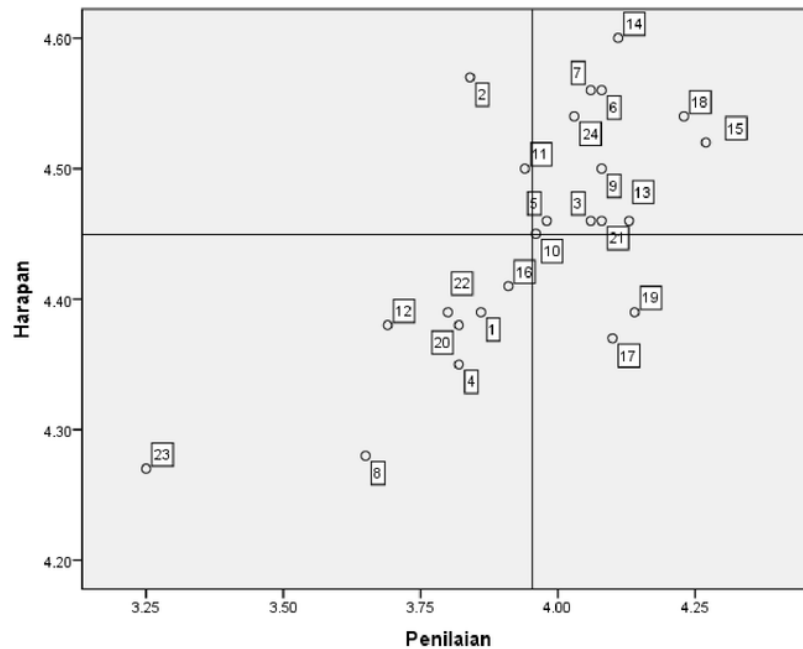
Analisis *Service Quality* yaitu analisis pelayanan secara keseluruhan kelima dimensi tersebut dengan menghitung nilai skor mean dari penilaian 3.949 dan mean skor harapan 4.448, maka akan diperoleh nilai Q sebagai berikut:

$$\text{Kualitas(Q)} = \frac{3.949}{4.448} = 0.887$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh diatas, maka secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran ZX belum berkualitas baik karena  $Q = 0.887$  ( $Q \leq 1$ ) maka dapat dikatakan belum memenuhi kepuasan pelanggan.

## Analisis Index Potential Gain Customer Value (IPGCV)

Berdasarkan perhitungan servqual diatas bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum berkualitas baik oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan, upaya perbaikan dilakukan dengan membuat diagram *importante performance analisis* (I-PA) dengan menggunakan skor rata-rata penilaian untuk sumbu (X) sebesar 3,95 dan skor "12" tingkat harapan untuk sumbu (Y) sebesar 4,44. Untuk grafik diagram kartesius (I-PA) dilihat pada Gambar 4.1:



Gambar 4.1

Hasil Presentasi Grafik I-P

Atribut	Kuadran A
9 (Reliability)	Pemberian jasa pelayanan (makanan) yang cepat
11 (Assurance)	Karyawan (waiters) Restoran memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan
Atribut	Kuadran B
3 (Reliability)	Pelayanan yang diberikan (waiters) tepat sesuai pesanan
5 (Reliability)	Karyawan (kasir) yang profesional dan kompeten terhadap menu kosong
6 (Responsiviness)	Karyawan Restoran siap melayani segala permintaan (tisu, sendok) pelanggan
7 (Responsiviness)	Sikap cepat tanggap karyawan membersihkan (piring di meja)
9 (Responsiviness)	Keramahan karyawan kepada pelanggan
10 (Assurance)	Lingkungan Restoran yang aman dan nyaman
13 (Assurance)	Kualitas masakan yang disajikan
14 (Assurance)	Perlakuan sopan dan hormat karyawan kepada

	pelaanggan
15 (Empathy)	Pelayanan 24 jam
18 (Empathy)	Karyawan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada tamu tanpa membedakan status
21 (Tangible)	Susunan meja tertata dengan rapi
24 (Tangible)	Lokasi yang strategis
<b>Atribut</b>	<b>Kuadran C</b>
1 (Reliability)	Konsisten dalam memberikan pelayanan sesuai no antrian
4 (Reliability)	Pesanan yang diberikan (waiters) sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
8 (Reliability)	Karyawan memberitahukan berapa lama anda menunggu untuk pesanan anda
12 (Responsiveness)	Area parkir luas dan aman
16 (Empathy)	Karyawan (Resepsionis) Restoran memberikan pelayanan yang bagus mulai dari pertama anda berkunjung
20 (Tangible)	Penampilan karyawan rapi
22 (Tangible)	Fasilitas pendukung rumah makan (toilet, wastafel, mushola) terlihat bersih
23 (Tangible)	Kondisi fasilitas fisik (AC, TV) yang disediakan memberikan kenyamanan
<b>Atribut</b>	<b>Kuadran D</b>
17 (Empathy)	Komunikasi karyawan yang baik kepada pelanggan
19 (Empathy)	Proses pembayaran yang memudahkan tamu saat berinteraksi

Perhitungan Index Potential Gain In Customer Value (PGCV)

Atribut	PERSEPS I	HARA PAN	GAP= P-H	ACV= HxP	UDCV = Hx5	Index PGCV= UDCV-ACV
1	3.86	4.39	-0.53	16.94	21.95	5.01
2	3.84	4.57	-0.73	17.54	22.85	5.31
3	4.06	4.46	-0.4	18.01	22.3	4.29
4	3.82	4.35	-0.53	16.61	21.75	5.14
Mean	3.895	4.442	-0.547			

Respon siviness						
5	3.98	4.46	-0.48	17.75	22.3	4.55
6	4.08	4.56	-0.48	18.60	22.8	4.2
7	4.06	4.56	-0.5	18.51	22.8	4.29
8	3.65	4.28	-0.63	15.62	21.4	5.78
Mean	3.942	4.465	-0.523			
Assura nce						
9	4.08	4.5	-0.42	18.36	22.5	4.14
10	3.96	4.45	-0.49	17.62	22.25	4.63
11	3.94	4.5	-0.56	17.73	22.5	4.77
12	3.69	4.38	-0.69	16.16	21.9	5.74
13	4.13	4.46	-0.33	18.41	22.3	3.89
14	4.11	4.6	-0.49	18.90	23	4.1
Mean	3.985	4.481	-0.496			
Empath y						
15	4.27	4.52	-0.25	19.30	22.6	3.3
16	3.91	4.41	-0.5	17.24	22.05	4.81
17	4.1	4.37	-0.27	17.91	21.85	3.94
18	4.23	4.54	-0.31	19.20	22.7	3.5
19	4.14	4.39	-0.25	18.17	21.95	3.78
Mean	4.13	4.446	-0.316			
Tangibl e						
20	3.82	4.38	-0.56	16.73	21.9	5.17
21	4.08	4.46	-0.38	18.19	22.3	4.11
22	3.8	4.39	-0.59	16.68	21.95	5.27
23	3.25	4.27	-1.02	13.87	21.35	7.48
24	4.03	4.54	-0.51	18.29	22.7	4.41
Mean	3.796	4.408	-0.612			

### Usulan Perbaikan Hasil Perhitungan IPGCV

Dalam membuat usulan perbaikan pada penilitan ini Nilai indeks PGCV ini akan dipakai untuk memprioritaskan variabel-variabel yang perlu segera diperbaiki. Nilai indeks PGCV ini akan dipakai untuk memprioritaskan variabel-variabel yang perlu segera diperbaiki. Nilai indeks PGCV yang akan dipergunakan sebagai acuan untuk mengetahui variabel-variabel yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki adalah diagram IP-A dan nilai indeks PGCV terbobot.



Sesuai dengan diagram kartesius dan perhitungan Indeks PGCV yang dilakukan perbaikan utama adalah atribut yang ada pada kuadran A dengan tingkat kesesuaian. Dan diteruskan perbaikan kuadran B, C dan D.

Atribut pada kuadran A berdasar perhitungan Indeks PGCV

Atribut	Pernyataan	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Prioritas
2 (Reliability)	Pemberian jasa pelayanan (makanan) yang cepat	17.54	22.85	5.31	1
11(Assurance)	Karyawan (waiters) Restoran memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan	17.73	22.5	4.77	2

## Kesimpulan

Berdasar hasil penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan di restoran ZX diperoleh kesimpulan yaitu:

- 2

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pelayanan yang telah diberikan oleh pengelola Restoran ZX masih berada dibawah harapan pelanggan, atau pelayanan yang selama ini diberikan oleh Restoran ZX belum memenuhi harapan pelanggan. dapat dilihat pada tabel 4.21 dari perhitungan kualitas didapatkan hasil 0.887. yang belum memenuhi standart ( $\geq 1$ ) maka kepuasan pelanggan masih belum tercapai.
- Adapun prioritas atribut yang perlu ditingkatkan setelah dianalisis dalam skala persepsi dan harapan, dimana atribut-atribut tersebut semuanya memiliki tingkat harapan yang tinggi, sedangkan persepsinya belum tercapai. Dari hasil analisis dapat disusun pada tabel 4.24 suatu prioritas perbaikan atribut-atribut kualitas pelayanan sebagai berikut:

  - Pemberian jasa pelayanan (makanan) yang cepat

- Karyawan (waiters) Restoran memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan

### Saran

Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang lebih baik, berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Dengan penelitian ini, diharapkan pihak restoran segera memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan berdasarkan prioritas perbaikan pertama yang diperoleh.
2. Memberikan pelatihan-pelatihan kepada para karyawan bagaimana cara memberi pelayanan yang cepat kepada konsumen.
3. Kepuasan pelanggan ini perlu dilakukan penelitian secara periodik, karena dari waktu ke waktu persepsi dan harapan pelanggan bisa berubah-ubah. Atau mungkin pada penelitian berikutnya memiliki atribut-atribut baru dan konsep layanan yang lebih baik dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

### Daftar Pustaka

- Ariani, 2004, Pengendalian Kualitas Statistic (Pendekatan Kuantitatif Dalam Manajemen Kualitas)
- Gaspers. 1997. Manajemen Kualitas: Penerapan konsep-konsep kualitas dalam manajemen bisnis total, penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Horn, Willard C (1997). *Make Customer Service Analysis a Little Easier with PGCV Index. Quality Management Magazine* (1997).
- Parasuraman, A. 2002. *Service Quality*. Coral Gables: University Of Miami, Library Assessment and Benchmarking Institute Monterey
- Supranto. 2006 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Sugiyono. 2015. Statistika Untuk Penelitian

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, Cetakan ke-17. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Edisi ke-1. Malang: Banyumedia. 2006. *Service, Quality and Statisfaction*. Edisi ke-1. Yogyakarta: Penerbit Andi

Tjiptono, & Gregorius . 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. ed 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DENGAN PENERAPAN IPGCV

## ORIGINALITY REPORT

%**9**

SIMILARITY INDEX

%**7**

INTERNET SOURCES

%**2**

PUBLICATIONS

%**3**

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

**1**

[www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Internet Source

%**2**

**2**

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

%**1**

**3**

[ejournal-s1.undip.ac.id](http://ejournal-s1.undip.ac.id)

Internet Source

%**1**

**4**

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

%**1**

**5**

Submitted to Udayana University

Student Paper

%**1**

**6**

Chen, Chung-Yang Chen, Li-Chieh Lin, Li.  
"Methods for processing and prioritizing  
customer demands in variant product design.",  
IIE Transactions, March 2004 Issue

Publication

%**1**

**7**

[digilib.unila.ac.id](http://digilib.unila.ac.id)

Internet Source

%**1**

8	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<% 1
9	repository.unika.ac.id Internet Source	<% 1
10	es.scribd.com Internet Source	<% 1
11	repository.wima.ac.id Internet Source	<% 1
12	id.123dok.com Internet Source	<% 1
13	eprints.uny.ac.id Internet Source	<% 1
14	www.slideshare.net Internet Source	<% 1
15	repository.ipb.ac.id Internet Source	<% 1
16	www.chinaboss.cn Internet Source	<% 1

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE  
BIBLIOGRAPHY OFF