

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (  
SERVQUAL ) PADA COFFEE SHOP DAZED COFFEE  
MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
(STRATA-1) Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik  
Universitas Medan Area

**Oleh :**

**MUHAMMAD IQBAL LUTHFIANO LUBIS  
188150003**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/7/25

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Dengan Metode Service Quality  
(SERVQUAL) Pada Coffee Shop Dazed Coffee Medan

Nama : Muhammad Iqbal Luthfiano Lubis

NPM : 188150003

Fakultas : Teknik

Program Studi : Teknik Industri

Disetujui Oleh : Pembimbing



**Dr. Ir. Hj. Haniza, MT**  
NIDN : 0031016102

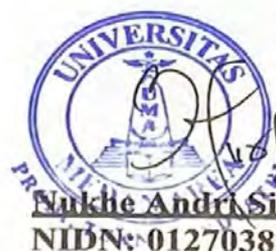
Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi



**Dr. Eng. Supriatno, ST, MT**  
NIDN : 0102027402



**Nukhe Andri Silviana, ST, MT**  
NIDN : 0127038802

Tanggal Sidang : 21 Maret 2025

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/7/25

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/7/25

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana yang merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan.



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Iqbal Luthfiano Lubis

NPM : 188150003

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

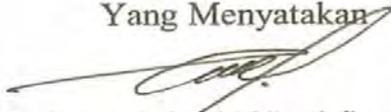
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* Pada Coffee Shop Dazed Coffee Medan beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan Hak bebas Royalti, Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 21 Maret 2025

Yang Menyatakan

  
(Muhammad Iqbal Luthfiano Lubis)

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama lengkap Muhammad Iqbal Luthfiano Lubis, lahir Padang Sidempuan, tanggal 26 Maret 2000. Penulis merupakan anak paling kecil dari Tiga bersaudara dengan ayah bernama Asmar Luthfi Lubis dan ibu bernama Lismayani. Riwayat pendidikan penulis bertahap dimulai dari SD Negeri 03 Padang Sidempuan, SMP Swasta Pertiwi Medan dan SMA Swasta Dharmawangsa Medan, Pada tahun 2018 penulis melanjutkan studi kejenjang perkuliahan S1 pada jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik di Universitas Medan Area.

Selama perkuliahan, Penulis tergabung dalam organisasi kemahasiswaan menjadi anggota di Ikatan Mahasiswa Teknik Industri Universitas Medan Area sampai 2020, mengikuti seminar-seminar yang diadakan di kampus dan acara kampus lainnya, Menekuni Hobi Futsal yang dilakukan setiap minggu.

Banyak hal yang didapat penulis dalam proses pembelajaran selama perkuliahan di kampus, dan terus berusaha adalah salah satu kunci penulis sampai pada tahap ini, bukan sekedar berusaha biasa namun berusaha dengan cara yang logis dan cerdas. Pada tahun terakhir sebagai mahasiswa penulis juga menjalankan pembuatan tugas akhir sebagai syarat kelulusan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan segala kenikmatan dan Rahmat kepada Seluruh Hamba-Nya. Dengan Karunia-Nya Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) Pada Coffee Shop Dazed Coffee Medan” dapat terselesaikan dengan baik. Adapun Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan Tugas Akhir pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Medan Area.

Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

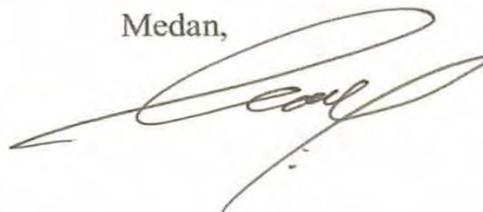
1. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung saya atas perkuliahan saya ini, kakak dan abang saya yang selalu mensupport saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan M.Eng, M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Eng. Supriatno, S.T, M.T, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Medan Area.
4. Ibu Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area.

5. Ibu Dr. Ir. Hj. Haniza, M.T, selaku Dosen Pembimbing saya.
6. Staff pengajar dan pegawai di Universitas Medan Area khususnya Program Studi Teknik Industri yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Rekan-rekan seperjuangan dari Teknik Industri tahun 2018.
8. Untuk Parid, Daniel, Agung, Datuk, Syarif, selaku teman dan sahabat.
9. Krisna Arief selaku pemilik Coffee Shop Dazed Coffee.
10. Hanggara Akhyar Lubis selaku manajer Coffee Shop Dazed Coffee.
11. Seluruh pimpinan staff dan karyawan Coffee Shop Dazed Coffee yang telah mengizinkan pengambilan data untuk Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga Laporan ini dapat digunakan sebagai mana mestinya dan dijadikan sebagai bahan pembelajaran, wawasan, dan ilmu yang baru bagi semua pihak serta khususnya bagi penulis sendiri.

Medan,

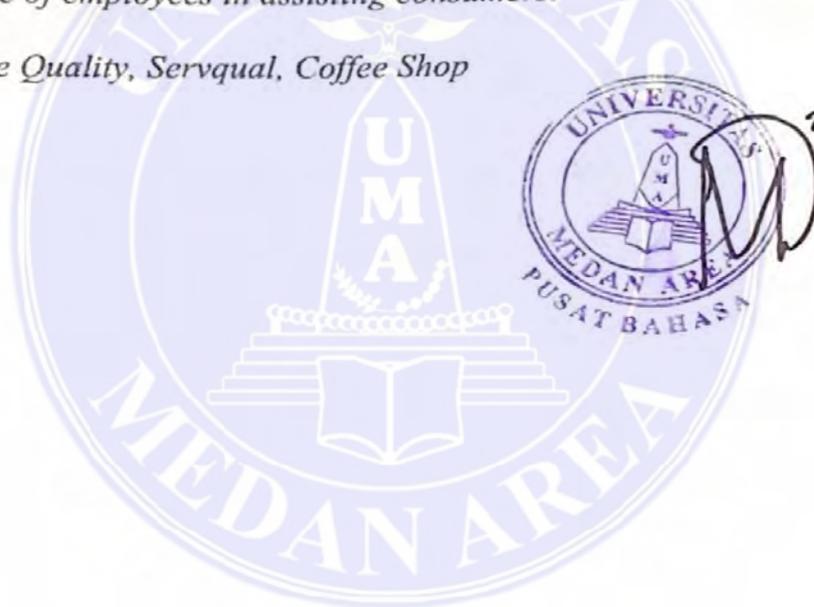


Muhammad Iqbal Luthfiano Lubis

## ABSTRACT

Customer satisfaction was a corporate necessity, thus a research was necessary by identifying the dimensions of service quality using Servqual. From the preliminary questionnaire distributed to 36 respondents, namely consumers of Dazed Coffee Medan Coffee Shop, they were grouped based on 5 servqual dimensions with 32 statement indicators. The result showed that the service variable "Good dish arrangement ability (Reliability attribute)" had the largest gap value of -0.6111. The Cartesian diagram showed 6 attributes with variables located in quadrant I. This showed that cleanliness, neatness, room comfort, neatness and cleanliness of waiters' clothing, serving delicious food, good dish arrangement ability, quick response to customer complaints, and serving clean and hygienic food and beverages. Based on the above gaps, improvements could be made to the customer satisfaction indicators by adding special cleaning staff to handle the cleanliness of physical facilities attribute. Conducting routine product knowledge training to address the employee knowledge of good products attribute. A reward and punishment system for employees was given to improve the agility attribute of employees in assisting consumers.

**Keywords:** Service Quality, Servqual, Coffee Shop



## ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan suatu kebutuhan perusahaan, maka perlu dilakukan penelitian dengan melakukan identifikasi dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan Servqual. Dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 36 responden yakni konsumen Coffee Shop Dazed Coffee Medan yang dikelompokkan berdasarkan 5 dimensi *servqual* dengan indikator sebanyak 32 pernyataan. Hasilnya variabel pelayanan “Kemampuan penataan hidangan yang baik (atribut *Reliability*)” memiliki nilai gap terbesar yakni -0,6111. Dalam diagram kartesius menunjukkan 6 atribut dengan variabel yang terletak pada kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, kerapian dan kebersihan pakaian pelayan, menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak, kemampuan penataan hidangan yang baik, respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan dan menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis. Berdasarkan kesenjangan diatas, dapat dilakukan perbaikan-perbaikan terhadap indikatorkepuasan pelanggan melalui menambah staff khusus kebersihan untuk menangani atribut kebersihan fasilitas fisik. Mengadakan pelatihan product knowledge secara rutin untuk menangani atribut pengetahuan karyawan terhadap produk yang baik. Sistem reward and punishment pada karyawan diberikan untuk meningkatkan kemampuan atribut kesigapan karyawan membantukonsumen.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan, Servqual, Coffee Shop*

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</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>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Batasan Masalah dan Asumsi-asumsi.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Kajian Induktif .....	6
2.2. Kajian Deduktif.....	11
2.2.1. Jasa.....	11
2.2.2. Kualitas Pelayanan .....	12
2.2.3. Dimensi Kualitas .....	13
2.2.4. Kepuasan Pelanggan .....	14
2.2.5. Peran Penting Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ....	16
2.2.7. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	17
2.2.8. Service Quality .....	17
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2. Jenis Penelitian.....	21

<b>DAFTAR ISI</b>	
3.3. Objek Penelitian .....	21
3.4. Tahapan Penelitian .....	22
3.5. Pengukuran Instrument Penelitian .....	28
3.6. Defnisi Operasional dan Variabel Penelitian .....	29
3.7. Teknik Sampling .....	33
3.8. Sampel dan Populasi.....	33
3.9. Kerangka Berpikir .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1. Hasil .....	36
4.1.1. Perancangan Kuisisioner Penelitian.....	36
4.1.2. Penyebaran Kuisisioner Pedahuluan.....	37
4.1.3. Data Responden.....	38
4.1.4. Rekapitulasi Kuisisioner.....	41
4.1.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
4.1.6. <i>Metode Servqual</i> .....	60
4.2. Pembahasan.....	77
4.2.1. Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas Data .....	77
4.2.2. Analisis Metode Servqual .....	77
4.2.3. Analisis Mean of Maximum.....	78
4.2.4. Analisis Diagram Kartesius.....	79
4.2.5. Usulan Perbaikan.....	82
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>84</b>
5.1. Kesimpulan .....	84
5.2. Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
2.1.	Penelitian Terdahulu.....	11
3.1.	Kategori dan Skor .....	29
4.1.	Tingkat Pendidikan Responden .....	39
4.2.	Usia Responden .....	39
4.3.	Jenis Kelamin Responden.....	39
4.4.	Frekuensi Berkunjung .....	40
4.5.	Kategori Skor.....	40
4.6.	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Kinerja.....	42
4.7.	Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner Harapan .....	43
4.8.	Pembagian Kelas Rata-rata Jawaban Responden.....	44
4.9.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kinerja.....	44
4.10.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif Harapan .....	47
4.11.	Data Interpretasi Hasil Uji Validitas.....	59
4.12.	Data Hasil Interpretasi Uji Reliabilitas .....	60
4.13.	Tingkat Kinerja Atribut .....	62
4.14.	Tingkat Harapan Atribut.....	64
4.15.	Kesenjangan (GAP) Antar Atribut .....	67
4.16.	Angka Tingkat Kinerja Dimensi.....	69
4.17.	Angka Tingkat Harapan Dimensi .....	70
4.18.	Skor Servqual.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.	Model Konseptual SERVQUAL .....	19
3.1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....	22
3.2.	<i>Flowchart</i> Pengolahan Data .....	25
3.3.	<i>Kerangka Berpikir</i> .....	34
4.1.	Tampilan Awal SPSS .....	51
4.2.	Tampilan Input Hasil Kuisisioner SPSS.....	51
4.3.	Tampilan Langkah Pengolahan Uji Validasi SPSS.....	52
4.4.	Sambungan Langkah Pengolahan Uji Validasi.....	52
4.5.	Hasil Pengolahan Data Uji Validasi Kinerja.....	53
4.6.	Hasil Pengolahan Data Uji Validasi Harapan .....	55
4.7.	Tampilan Langkah Pengolahan Uji Reliabilitas SPSS.....	57
4.8.	Sambungan Tampilan langkah Pengolahan Uji Reliabilitas.....	57
4.9.	Hasil Pengolahan Data Uji Reliabilitas Kinerja .....	58
4.10.	Hasil Pengolahan Data Uji Reliabilitas Harapan .....	58
4.11.	Grafik GAP antar Atribut .....	68
4.12.	Grafik GAP SERVQUAL .....	72
4.13.	Diagram Kartesius.....	73

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dalam era milenial saat ini, perusahaan harus dihadapkan dengan situasi kompetisi yang semakin menajam, persaingan dalam bisnis menjadi semakin ketat yang menuntut perusahaan untuk lebih cermat dan sigap menanggapi pasar. Baik pasar domestic maupun pasar internasional kelangsungan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen, yaitu dengan strategi yang relevan sesuai dengan karakteristik produknya. Berbagai jenis usaha dalam bidang makanan dan minuman seperti Coffee Shop dan tempat-tempat kuliner lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan mutu dan pelayanan bagi pelanggannya.

Dalam penelitian ini, obyek yang diamati yaitu Coffee Shop Dazed yang bergerak dibidang kuliner yakni usaha jasa yang menyediakan berbagai minuman jenis kopi dan lainnya serta makanan. Sebagai perusahaan yang masih terbilang baru di tengah persaingan industri kuliner yang tajam, tentulah Coffee Shop Dazed dituntut harus mampu melakukan pelayanan yang memuaskan baik dalam bentuk produk maupun pelayanan. Namun, hal inilah yang belum dapat dipenuhi oleh manajemen perusahaan. Hal ini diperlihatkan dari banyaknya bentuk keluhan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak manajemen.

Oleh karena itu dilakukan perbaikan-perbaikan pada kualitas dari pelayanan yang diberikan manajemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan

memperhatikan hal-hal yang menjadi prioritas utama bagi pelanggan, selain itu manajemen dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi semua harapan pelanggan, serta menjaga pelanggan agar tidak beralih ke coffee shop lainnya. Dengan begitu manajemen dapat mengetahui kinerja perusahaannya serta bagaimana harapan konsumen terhadap pelayanan perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan strateginya dalam rangka mencapai kepuasan pelanggan.

Dari beberapa fasilitas dan pelayanan coffee shop Dazed, bahwa coffee shop Dazed mendapatkan complain dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan diantaranya fasilitas parkir yang masih dipungut biaya parkir, complain ini didasarkan dari harga makanan yang lumayan mahal sehingga berat hati pelanggan untuk membayar parkir lagi. Kemudian fasilitas wifi yang sangat lambat sehingga sering mendapatkan complain dari pelanggan.

Untuk itu perlu dilakukan tindakan perbaikan dari pihak manajemen. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan jasa yang diinginkan pelanggan dengan menggunakan metode Servqual. Dari hasil penelitian ini, manajemen Coffee Shop Dazed diharapkan dapat mengetahui sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kepuasan pelanggannya dan dapat memberikan kualitas pelayanan jasa sesuai dengan yang diinginkan pelanggan agar pendapatan bulanan kembali meningkat.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas maka beralasan pula untuk dilakukan penelitian skripsi dengan judul, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY PADA COFFEE SHOP DAZED COFFEE MEDAN”.

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja pelayanan di Dazed Coffee Medan?
2. Apakah yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap pelayanan di Dazed Coffee Medan?
3. Apakah pelayanan yang diberikan pihak Dazed Coffee Medan telah memenuhi keinginan para pelanggan?
4. Apa saja yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki kualitas pelayanan?
5. Apa saja usulan perbaikan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Dazed Coffee Medan?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui performansi pelayanan di Dazed Coffee Medan
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap pelayanan
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Dazed Coffee Medan
4. Untuk mengetahui atribut – atribut yang perlu ditingkatkan dan diperbaiki kualitasnya

5. Memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan Dazed Coffee Medan.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan diterapkan sistem kualitas yaitu *service quality* terhadap industri jasa diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perusahaan dalam memberikan masukan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.
2. Mampu memberikan usulan untuk perusahaan dalam meningkatkan *service quality* bagi pelanggannya.
3. Penelitian ini dapat membantu melalui masukan-masukan yang didapatkan dari hasil penelitian ini. Masukan-masukan tersebut merupakan usulan perbaikan pelayanan, dengan adanya perbaikan pelayanan, maka kualitas akan meningkatkan dan diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen dan pemilik perusahaan.
4. Mampu menguasai penggunaan integrasi pada *service quality* untuk mengetahui kebutuhan pelanggan terhadap perusahaan.

#### 1.5. Batasan Masalah

Agar permasalahan ini tidak terlalu meluas perlu difokuskan dan diberikan batasan yaitu:

1. Penelitian ini dilakukan di Dazed Coffee Medan.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Service Quality*.

3. Penelitian dilakukan dengan memberikan output berupa rekomendasi.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan berisi latar belakang kenapa penelitian ini diangkat, selain itu juga berisi permasalahan yang diangkat, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulis.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Berisi tentang rangkuman hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berisi konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, dasar teori yang mendukung.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang materi, alat, tata cara penelitian dan data apa saja yang akan digunakan dalam mengkaji dan menganalisis sesuai dengan bagan alir yang dibuat.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang uraian data-data apa saja yang dihasilkan selama penelitian yang selanjutnya diolah menggunakan metode yang ditentukan kajian yang akan dilakukan dalam penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian. Selain itu juga terdapat saran atau masukan-masukan yang perlu diberikan, baik terhadap penelitian sendiri selanjutnya yang dimungkinkan penelitian ini dapat dilanjutkan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Daftar pustaka berisi tentang sumber-sumber yang digunakan dalam penelitian ini, baik itu berupa jurnal, buku, kutipan-kutipan dari internet ataupun dari sumber-sumber yang lainnya.

## **LAMPIRAN**

Lampiran berisikan kelengkapan alat dan hal lain yang perlu dilampirkan atau ditunjukkan untuk memperjelas uraian dalam penelitian.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kajian Induktif

Kajian induktif adalah ilmu pengetahuan yang didapatkan dari fakta atau hasil penelitian yang terdahulu baik yang telah dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan yang berhubungan dengan penelitian ini, baik itu persamaan dalam hal metode yang digunakan maupun tujuan dari penelitian tersebut.

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping” (Lubis, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. Teknik pengambilan data ini dengan kuesioner yang dikuantifisir dengan skala likert. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping. Pengujian regresi berganda menunjukkan koefisien tangibility sebesar 0,311, koefisien reliability sebesar 0,156, koefisien responsiveness sebesar 0,212, assurance 0,198 dan koefisien empathy sebesar 0,195. Penemuan ini sesuai dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya pada objek yang berbeda.

Penelitian dengan judul “Pengkukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode *SERVQUAL* dan *TRIZ*” (Pancawati & Rukmana, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pelayanan jasa surat dan paket PT Pos Indonesia, mengukur

tingkat kepuasan pelanggan, menentukan prioritas perbaikan pelayanan jasa surat dan paket menggunakan metode *TRIZ*. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat 8 kriteria yang memiliki nilai penilaian di bawah rata-rata dan harus dilakukan perbaikan. Dari hasil analisis *TRIZ* diperoleh 8 usulan perbaikan atau peningkatan kualitas antara lain : mengganti tempat duduk dengan desain dan ukuran yang tidak terlalu besar dan tidak menggunakan sandaran, mengganti papan informasi menggunakan *LCD*, meletakkan sertifikat keamanan dan jaminan keamanan surat dan paket dari lembaga terpercaya, mengoptimalkan kinerja petugas di setiap bagian, membersihkan meja pengemasan agar rapi, mengurutkan bagian sesuai alur dan proses.

Penelitian dengan Judul “Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)” (Mardikawati & Farida, 2013), Pada penelitian ini memiliki tujuan mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Bus Efisiensi. Populasi adalah seluruh penumpang bus efisiensi. Sampel adalah penumpang bus efisiensi yang menggunakan bus efisiensi lebih dari 3 kali dalam tiga bulan terakhir, teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Analisis data menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) yang sebelumnya diuji validitas dan realibilitas, kesimpulan penelitian ini adalah (1) responden puas terhadap layanan bus efisiensi; (2) semakin baik kualitas layanan yang diberikan PO Efisiensi; (3) responden yang merasa puas ketika menggunakan jasa bus efisiensi, akan memberikan dasar hubungan jangka panjang bagi mereka terhadap

perusahaan; (4) pelanggan akan membentuk harapan terhadap nilai dan bertindak berdasarkan hal itu, dan mereka memperhitungkan dan mengevaluasi penawaran yang memberikan nilai tertinggi; (5) Kualitas layanan berpengaruh secara positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Pada penelitian yang berjudul “Analisi Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero)” (Ong & Pambudi, 2014), pada penelitian ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas kerja karyawan pada SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). Berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan yang telah dilakukan yang meliputi variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible, product quality, dan price dapat diketahui tiga item terbaik yaitu: Karyawan PT Sucofindo berpenampilan rapi dan profesional, Fasilitas gedung PT Sucofindo rapi/ bersih, dan Karyawan PT Sucofindo melayani dengan baik Dengan analisis Importance Performance Analysis (IPA) maka dapat diketahui masih terdapat 13 hal yang harus ditingkatkan kedepannya. Akan tetapi masih ada kesalahan yang disebabkan oleh pelanggan misalnya keterlambatan pengiriman sampel, keterlambatan pembayaran, kesalahan pengisian identitas dsb yang menyebabkan keterhambatan pengerjaan.

Pada jurnal yang berjudul “Analisi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung” (Melati & Madiawati, 2015) pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui harapan, kinerja, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirtawening

kota Bandung dan mengetahui aspek-aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis), maka atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan. Kinerja kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening Kota Bandung berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori “baik” karena memiliki persentase sebesar 70.168 %. Tingkat kepuasan pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung adalah sebesar 0.78 berdasarkan hasil analisis indeks kepuasan konsumen ini tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan berada dalam kriteria “tidak puas”, karena tingkat kepuasan ini mengacu pada hasil perhitungan IPK yang membandingkan antara kinerja aktual perusahaan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Aspek item yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan pelayanan oleh PDAM Tirtawening Kota Bandung yaitu kemudahan dalam pengajuan keluhan pelayanan bagi pelanggan, ketetapan waktu menangani keluhan pelanggan di loket dan di lapangan, kedisiplinan petugas saat melayani di loket dan lapangan, kepedulian petugas di loket dan di lapangan terhadap pelanggan, kemampuan petugas melayani pelanggan dengan baik di loket dan di lapangan, petugas di loket dan di lapangan bersikap ramah, sopan, tertib, dan rapi dalam memberikan pelayanan, seragam, identitas pegawai, mobil operasional, dan peralatan penunjang, tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisingan, pencahayaan) dan kebersihan.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Tahun	Judul Penelitian	Metode
1	(Lubis, 2017)	2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikampung	Service Quality
2	(Dini Pancawati, Nugraha, dan Otong Rukmana, 2012)	2012	Pengukuran dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>TRIZ</i>	Service Quality dan <i>TRIZ</i>
3	(Mardikawati & Farida, 2013)	2013	Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Ppada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta)	Service Quality
4	(Ong & Pambudi, 2014)	2014	Analisi Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero)	Importance Performance Analysis (IPA)
5	(Melawati & Madiawati, 2015)	2015	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung	Importance Performance Analysis (IPA)

## 2.2. Kajian Deduktif

### 2.2.1. Jasa

Menurut Kotler dalam (J.Supranto, 2006), jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada

dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jasa bisa dibawa ke pelanggan ataupun sebaliknya, sehingga pelanggan menjadi faktor penting dari ketidakpastian yang akan dikendalikan.

Menurut (Wijaya, 2011) menjelaskan bahwa terdapat 4 karakteristik jasa yaitu:

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud, untuk mengurangi ketidakpastian, pelanggan akan mencari hal yang pasti. Oleh karena itu pelanggan akan menilai jasa tersebut berdasarkan apa yang mereka lihat dan rasakan.

2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Pada umumnya jasa merupakan kegiatan yang dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. Bervariasi (*Variability*)

Jasa sangat variatif, tergantung siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan. Biasanya pelanggan menyadari akan variasi jasa yang ada sehingga adanya pemilihan dalam memutuskan jasa tersebut.

4. Mudah Lenyap (*Perishability*)

Jasa bersifat mudah lenyap sehingga tidak bertahan dalam waktu lama dan tidak berpengaruh jika permintaan tetap tetapi jika permintaan berfluktuatif akan menyebabkan permasalahan yang kompleks perusahaan.

### 2.2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan

konsumen (Tjiptono) Kualitas pelayanan (Service Quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

### 2.2.3. Dimensi Kualitas

Menurut (Wijaya, 2011) untuk memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap jasa yang berkualitas bisa diperoleh dalam atribut-atribut kualitas yang dimana terdapat beberapa dimensi kualitas, antara lain:

1. Kinerja

Kinerja ataupun performa merupakan tingkat konsistensi dari sebuah produk ataupun jasa.

2. Keindahan

Estetika berhubungan dengan erat dengan penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.

3. Reliabilitas

Probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.

4. Kualitas Kesesuaian

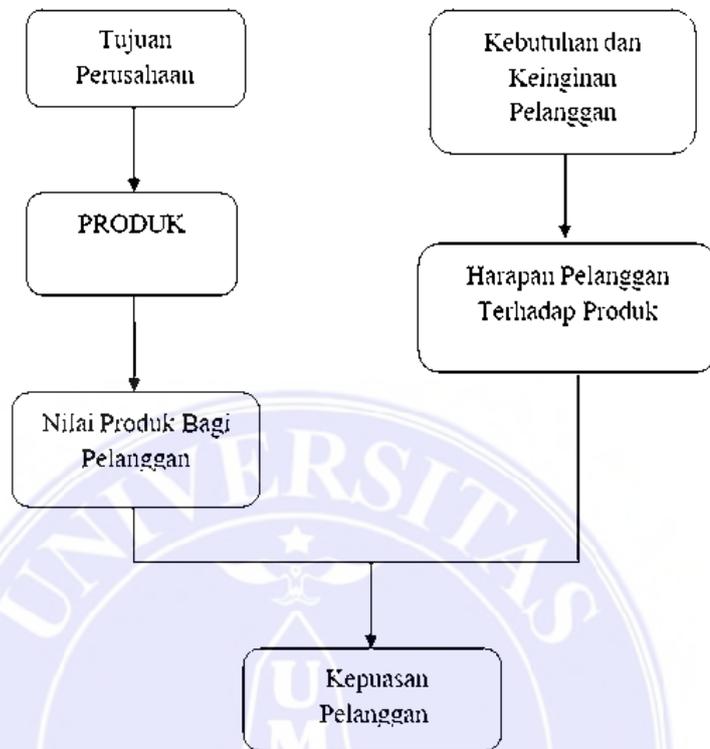
Ukuran mengenai apakah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang ditetapkan.

#### 2.2.4. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Yamit, Manajemen Kualitas Produk & Jasa (Vol. Edisi Pertama), 2010) kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Karenanya, dapat dikatakan bahwa hasil yang dirasakan pelanggan dengan harapan pelanggan adalah sama atau melebihi harapan.

Menurut Mamang dan Sopiah (2013, hal. 181) menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja pelayanan yang aktual. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Oprasionalisasi pengukuran keputusan pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan (Importance), kinerja dan faktor ideal.

Defenisi di atas dapat ditarik keimpulan bahwa pada dasarnya kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat dilihat seperti gambar berikut ini:



**Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan**

Dari konsep kepuasan pelanggan diatas, dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan pada dasarnya mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan pelanggan. Apabila pelanggan atau konsumen telah puas terhadap kinerja suatu perusahaan, maka kepuasan pelanggan yang loyal atau setia. Dengan demikian kunci keberhasilan perusahaan sebenarnya sangat tergantung kepada suksahnya perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

### 2.2.5. Peran Penting Kepuasan Pelanggan

Meskipun perusahaan tidak mempunyai pesaing, tetapi tidak membuat perusahaan menjadi lalai dalam memberikan kepuasan bagi para pelanggannya.

Dalam melihat keadaan ini perusahaan harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan kepada pelanggan agar pelanggan tidak merasa kecewa. Karena kepuasan pelanggan akan lebih loyal atau setia dengan perusahaan.

Sementara Sangaji dan Sopiah (2013, hal. 181) mengartikan “Kepuasan Pelanggan merupakan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan”.

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan di atas, kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan akan berpengaruh pada perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan setelah terjadi proses pembelian, terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang lebih baik bagi pelanggan untuk melakukan pembelian berulang-ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

#### **2.2.6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Kepuasan pelanggan ialah salah satu indikator pengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.

Menurut Rangkuti (2013, hal. 30-35) ada enam faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Nilai
2. Daya saing

3. Persepsi pelanggan
4. Harga
5. Citra
6. Tahap pelayanan

### **2.2.7. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Kotler (2009, hal. 138) apakah pembelian terpuaskan setelah membeli tergantung pada kinerja penawaran dalam hubungannya dengan ekspektasi pembeli, dan apakah pembeli menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya.

Kotler (2009, hal. 140) banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor membentuk kepuasan, dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai akibatnya.

### **2.2.8. Service Quality**

Menurut (Wijaya, 2011) menjelaskan bahwa servqual merupakan salah satu faktor yang mampu menentukan kepuasan pelanggan dan terdapat lima dimensi pelayanan kesenjangan yang berisi tentang adanya ketidaksesuaian antara persepsi dengan harapan pada sebuah pelayanan.

Servqual merupakan sebuah metode untuk membantu perusahaan agar lebih memahami persepsi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang

telah diberikan. Servqual ini digunakan untuk menghitung gap antara persepsi terhadap jasa dan nilai ekspektasi. Berikut adalah nilai persamaannya:

$$Q = P (\text{Perceived service}) - E (\text{Expected service})$$

Keterangan:

Q = Kualitas pelayanan (*Quality of Service*)

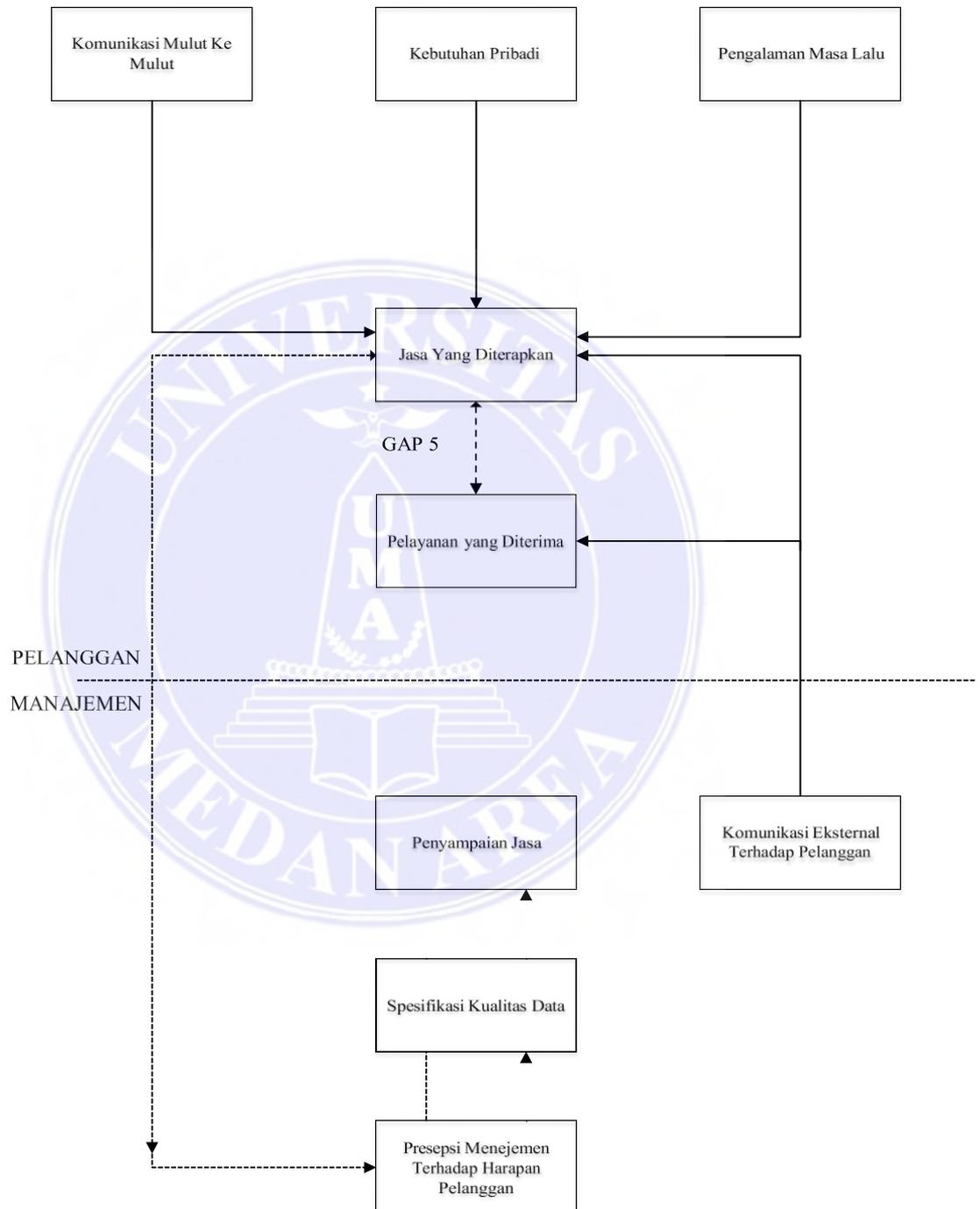
P = Persepsi terhadap sebuah pelayanan

E = Harapan dari sebuah pelayanan

Di dalam *Service Quality* terdapat lima kesenjangan (gap) yang mengakibatkan gagalnya sebuah penyampaian jasa tersebut, yaitu:

1. Kesenjangan antara pengharapan pelanggan dan persepsi manajemen.  
Manajemen tidak slalu merasakan dengan tempat-tempat yang diinginkan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.  
Manajemen mampu membaca keinginan dari pelanggan, akan tetapi tidak adanya menciptakan standar kinerja yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.  
Kurangnya pelatihan terhadap karyawan atau banyak dari karyawan yang tidak memenuhi pekerjaan dalam terlalu banyak tanggung jawab yang diberikan terhadap tiap karyawan dengan standar yang bertentangan.
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal.  
Harapan dari pelanggan yang dipengaruhi oleh iklan sebuah perusahaan.
5. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Kesenjangan ini terjadi ketika pelanggan mengukur kinerja pada perusahaan dengan cara berbeda dan salah menilai terhadap kualitas jasa tersebut.



**Gambar 2.2. Model Konsep Servqual**  
**Sumber: Lee et al. (2016)**

Menurut Tjipto & Diana dalam (Wijaya, 2011) untuk menerapkan konsep Service Quality terdapat lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*)

Merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. Tanggapan/Kepedulian (*Responsiveness*)

Keinginan karyawan untuk memberikan bantuan dan pelayanan terbaik untuk pelanggan dengan cepat dan mampu peduli terhadap keluhan serta harapan dari seorang pelanggan.

3. Jaminan Kepastian (*Assurance*)

Berbagai kemampuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan rasa aman dari resiko, bahaya, bahkan keraguan dan kepastian yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan sikap yang mampu dipercaya oleh pelanggan.

4. Empati (*Emphaty*)

Perilaku karyawan mampu memberikan perhatian kepada pelanggan, mampu berkomunikasi yang baik dan memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan secara personal.

5. Berwujud (*Tangible*)

Merupakan wujud bentuk fisik yang mampu dinikmati oleh pelanggan seperti fasilitas, peralatan, maupun sarana informasi dan komunikasi.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Coffee Shop Dazed Coffee Medan yang berada di Jl. Alfalah Raya No. 43, Glugur Darat 1, Kec. Medan Timur, Kota Medan Sumatra Utara. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan yaitu pada bulan Maret 2023 sampai dengan April 2023.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, karena penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu. Tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Atau melakukan penelitian dengan gejala permasalahan yang ada bahkan yang sudah terjadi, karena penulis mencoba mencermati sebuah unit secara mendalam. Penulis ingin mencoba menemukan semua variabel penting yang melatarbelakangi timbulnya serta pengembangan variabel tersebut. Penelitian ini melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti sebuah fenomena dengan cara mengumpulkan data-data yang bisa diukur menggunakan ilmu statistik, matematika dan komputasi.

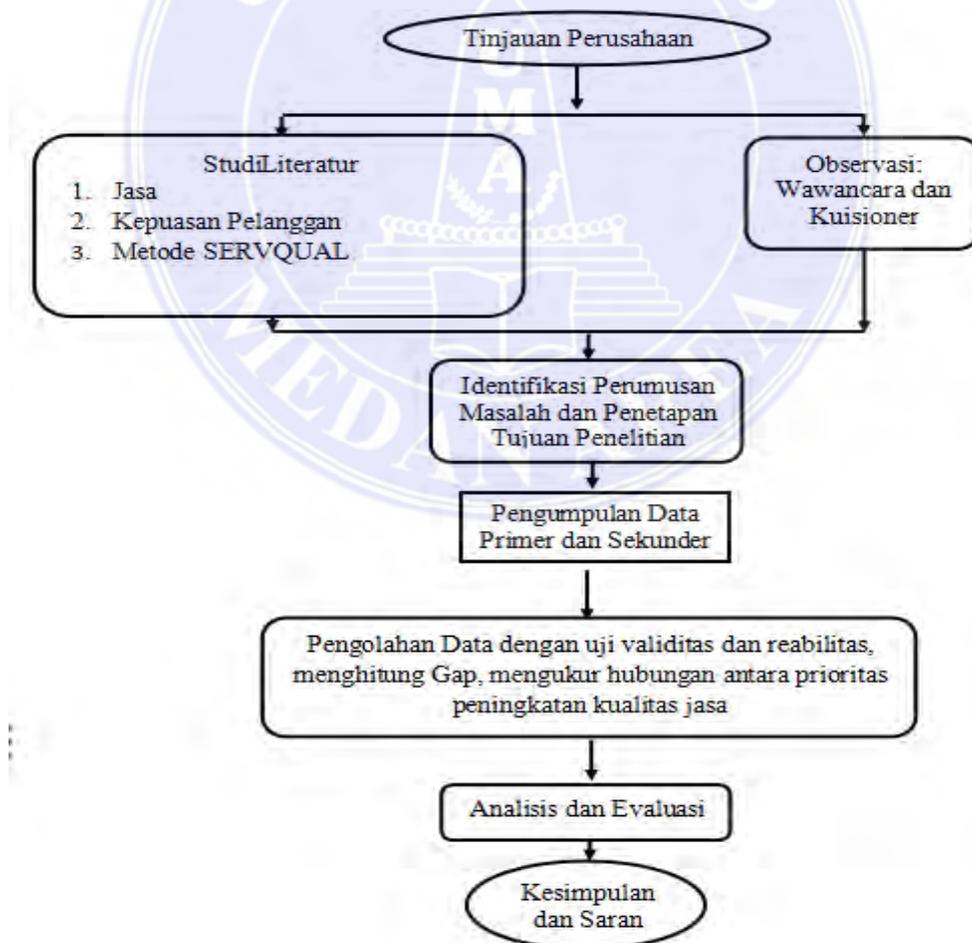
#### **3.3 Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini adalah tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada di Coffee Shop Dazed Coffee Medan. Objek dari penelitian ini

### 3.4. Tahapan Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang terkait dan tersusun secara sistematis. Rangkaian tersebut tersusun dalam sebuah prosedur penelitian yang berisi tahapan. Setiap tahapan merupakan bagian yang menentukan untuk tahapan berikutnya.

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik diperlukan tahapan-tahapan yang lebih baik pula. Hal ini disebabkan suatu penelitian adalah suatu proses, sehingga perlu melewati setiap tahap proses dengan cermat dan teliti. Adapun *flowchart* dari tahapan penelitian masalah ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. *Flowchart* Metodologi Penelitian

## 1. Studi Pendahuluan

Studi ini dilakukan untuk mengenal kondisi perusahaan dan mengetahui permasalahan apa yang dihadapi oleh pihak perusahaan yang memerlukan penanganan dengan tepat. Studi pendahuluan ini dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada pihak perusahaan mengenai sistem pelayanan di Coffee Shop Dazed Coffe.

## 2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang mendukung dan dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan dilapangan. Studi literatur ini juga bermanfaat sebagai landasan berfikir dalam menyelesaikan masalah secara ilmiah.

## 3. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan seluruhnya bersumber dari Coffee Shop Dazed Coffe Medan Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah:

### A. Data primer

Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi pertama yang diterima oleh peneliti yang berasal dari sumbernya langsung (Sekaran, 2006:60). Data primer terdiri dari hasil survei kepada pelanggan dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada responden yang dianggap mampu memberikan informasi yang dibutuhkan secara tepat. Data primer ini juga terdiri dari hasil wawancara dengan manajemen Coffee Shop Dazed Coffe Medan.

## B. Data sekunder

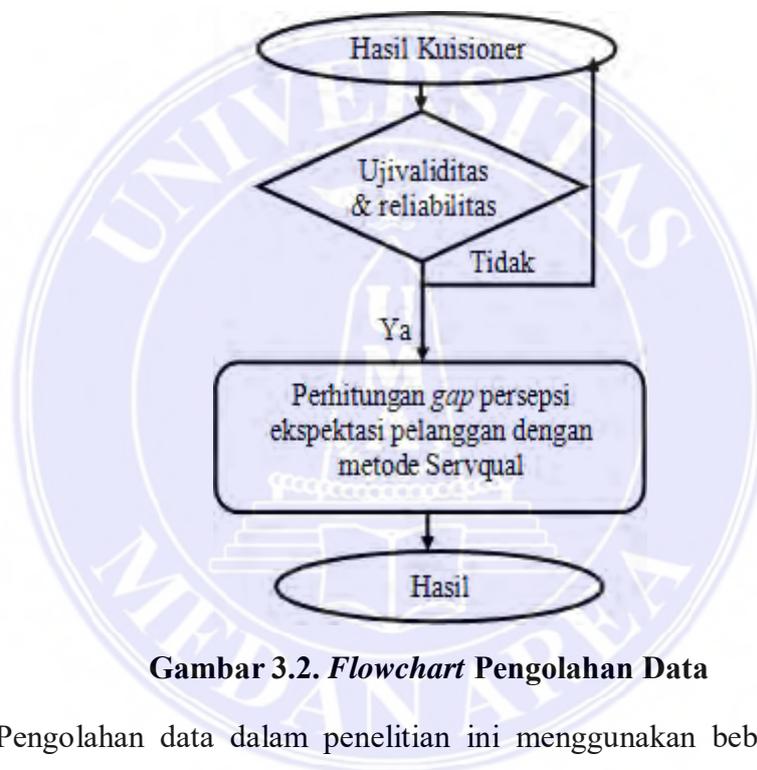
Data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang telah ada (Sekaran,2006:60). Data sekunder ini tentang data yang dimiliki Coffee Shop Dazed Coffe Medan yang bisa digunakan peneliti untuk mendukung penelitian yang diperoleh dari literatur dan penelitian sebelumnya serta data lain yang mendukung data primer.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan metode survei yang dilakukan dengan dua bagian:

1. Teknik observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian
2. Teknik wawancara, yaitu melakukan wawancara kepada bagian manajemen Coffee Shop Dazed Coffe Medan dan kepada pelanggan.
3. Teknik Survey, yaitu teknik untuk mendapatkan data primer yang dibutuhkan.
4. Teknik kepustakaan, yaitu mencatat dan mempelajari teori-teori yang berhubungan dengan pemecahan masalah dari berbagai buku yang sesuai dengan permasalahan yang diamati di Coffee Shop Dazed Coffe Medan
5. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden kemudian responden memilih alternatif jawaban yang telah tersedia. Jawaban atas pertanyaan bersifat tertutup, maksudnya alternatif jawaban atas pertanyaan tersebut telah disediakan dan responden tidak diberi kesempatan menjawab yang lain diluar jawaban yang telah disediakan.

#### 4. Pengolahan Data

Pada tahap pengolahan data, akan dilakukan perumusan masalah mengenai *gap* (kesenjangan) tingkat kepuasan pelanggan dengan tingkat pelayanan yang diberikan Coffee Shop Dazed Coffe Medan. Berikut ini ialah blok diagram pengolahan data sebagai berikut:



**Gambar 3.2. Flowchart Pengolahan Data**

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa langkah, seperti penyebaran kuisioner, hasil penyebaran kuisioner diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS, setelah hasil dinyatakan valid dan realibel langkah selanjutnya menghitung *gap* persepsi dan ekspektasi, setelah mendapatkan nilai *gap* diolah dengan metode *SERVQUAL* yang merupakan alat yang digunakan untuk mengukur hubungan antara prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa.

### A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan dari masing-masing pertanyaan pada kuisisioner yang telah disebar. Dalam mengukur validitas digunakan alat berupa *software SPSS*. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai pada setiap pertanyaan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel. Hasil pengujian valid apabila  $r$  Hitung lebih besar daripada  $r$  Tabel dihitung menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : (Somantri & Muhidin, 2006)

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi *product moment*

N : Jumlah Subjek

X : Skor Item

Y : Skor Total

$\sum X$  : Jumlah Skor Item

$\sum Y$  : Jumlah Skor Total

$\sum X^2$  : Jumlah Skor Kuadrat Skor Item

$\sum Y^2$  : Jumlah Skor Kuadrat Skor Total

### B. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat reabilitas dari masing-masing pertanyaan pada kuisisioner. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel jika jawaban

dari seorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut tetap stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reabilitas digunakan alat, yaitu *software SPSS*. Berikut rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Sumber : (Nurdiyanti, 2011)

Keterangan :

- $\alpha$  : Koefisien reabilitas alpha  
 $k$  : jumlah item  
 $S_i$  : varians responden untuk item I  
 $S_x$  : Jumlah varians skor total

### C. Pengolahan Data Service Quality

Berikut adalah hal yang perlu dilakukan dalam menghitung menggunakan metode *servqual* :

#### a. Menghitung *Mean* Persepsi dan Harapan

Menghitung rata-rata (*mean*) untuk tiap-tiap atribut yang diukur. Langkah ini dilakukan dengan menghitung rata-rata *score* dari tiap atribut dari persepsi dan harapan.

#### b. Perhitungan Nilai *Servqual* (*Gap*)

Menghitung nilai *Servqual* dengan mengurangkan nilai rata-rata persepsi aktual dengan nilai rata-rata harapan responden

$$\text{Nilai } \textit{Servqual} = ( \textit{rata-rata presepsi} ) - ( \textit{rata-rata harapan} )$$

## 5. Analisis Data

Merupakan studi yang dilakukan dari hasil pengolahan data sehingga dari hasil pengolahan data akan dianalisis dan dievaluasi. Dari analisis ini selanjutnya akan dihasilkan solusi untuk mengatasi permasalahan.

## 6. Kesimpulan dan Saran

Merupakan hasil dari keseluruhan dari penelitian maka akan diuraikan dikesimpulan dari hasil penelitian kemudian didapatkan saran dan masukan yang berguna bagi perusahaan.

### 3.5. Pengukuran Instrument Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Misalnya sudah disediakan kolom (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju) dan responden tinggal memilih salah satu dari 5 kolom tersebut). Menurut Sugiyono (2010:132) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan skala Likert.

Dalam pengukuran jawaban responden pengisian kuesioner penilaian kualitas pelayanan Coffee Shop Dazed Coffeel Medan menggunakan skala Likert dengan tingkatan sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Kategori dan Skor**

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

### 3.6. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian.

Definisi operasional adalah yang bersifat memberikan arti kepada suatu variabel dengan menetapkan kegiatan-kegiatan atau tindakan yang perlu untuk mengukur variable tersebut. Sedangkan pengertian variabel adalah atribut atau karakteristik seseorang, kelompok, atau objek yang dapat diukur dan bervariasi dalam sampel yang diselidiki. Definisi operasional ini akan memberikan batasan atau ciri arti suatu variabel dengan merinci hal-hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. Sehingga dalam definisi ini harus dirinci ciri-ciri yang akan diteliti dan bagaimana mengamatinya.

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Independen

Variabel independen ataupun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

##### a. *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji)

Yaitu kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan dapat diandalkan dengan

kata lain sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang dijanjikan kepada pelanggan, yaitu :

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)9/7/25

- 1) Kesesuaian menu yang disajikan dengan pemesanan
- 2) Menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak
- 3) Kemampuan penataan hidangan yang baik
- 4) Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan penguasaan menu
- 5) Memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan
- 6) Menyajikan makanan dengan beraneka ragam

*b. Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan)

Yaitu kesediaan penyedia jasa terutama yang sifatnya untuk membantu pelanggan (dana) serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan. Dimensi ini menekankan pada prinsip dan penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, keluhan dan masalah pelanggan, meliputi :

- 1) Respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan
- 2) Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan
- 3) Kesigapan karyawan dalam melayani setiap permintaan pelanggan
- 4) Kecepatan karyawan dalam penyajian makanan
- 5) Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan *take away* (bungkus)
- 6) Kecepatan karyawan dalam memberikan daftar pilihan menu untuk orang yang datang.

c. *Assurance* (kemampuan memberikan jaminan pelayanan)

Yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri pelanggan bahwa pihak penyedia jasa terutama para karyawan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, meliputi :

- 1) Kasir yang cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran
- 2) Pihak restoran memberikan jaminan atas makanan yang gosong atau bentuknya tidak bagus, dengan menggantinya dengan makanan yang baru.
- 3) Menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis.
- 4) Pelanggan merasa aman saat akan melakukan transaksi pembayaran
- 5) Menu makanan dan minuman yang halal

d. *Emphaty* (kemampuan dalam memahami keinginan pelanggan)

Yaitu kemampuan penyedia jasa dalam memperlakukan pelanggan sebagai individu-individu yang khusus, dalam bentuk pelayanan dan perhatian secara personal yang diberikan Coffee Shop Dazed Coffeel Medan kepada pelanggannya, meliputi :

- 1) Karyawan yang memberikan saran menu terbaik dan info tentang promo
- 2) Karyawan yang menerima pelanggan dengan sapa, senyum, dan ramah.
- 3) Kemampuan karyawan memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian
- 4) Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh konsumen

- 5) Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan pelanggan

e. *Tangible* (tampilan fisik pelayanan)

Yaitu tampilan fisik penyedia jasa seperti gedung, tata letak peralatan, interior dan eksterior serta tampilan fisik, Karyawan dan staf karyawan, meliputi :

- 1) Kondisi fasilitas pendukung (toilet) yang nyaman dan bersih
- 2) Tersedianya fasilitas internet yang lancar (*wifi*)
- 3) Pemilihan musik dan tingkat volume yang diputar
- 4) Tersedianya fasilitas penunjang (*AC*/kipas angin)
- 5) Kebersihan,kerapian,kenyamanan ruangan
- 6) Peralatan makan yang dimiliki restoran bersih dan higienis
- 7) Ketersediaan tempat cuci tangan (*wastafel*) yang bersih
- 8) Tempat cuci tangan berpenampilan rapi dan menarik
- 9) Kerapian dan kebersihan pakaian penjual
- 10) Kebersihan dan kerapian tenan jualan penjual

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel-variabel yang nilainya dipengaruhi atau ditentukan oleh nilai variabel lain. Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Coffee Shop Dazed Coffeel Medan. Kepuasan terpenuhi apabila tingkat perasaan seseorang terhadap kinerja/ hasil yang dirasakannya sesuai dengan keinginannya

### 3.7. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel atau teknik sampling adalah suatu cara pengambil sampel yang representative dari populasi yang ada. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel dengan teknik Simple Random Sampling, teknik ini dipilih karena populasi dirasa bersifat homogen.

### 3.8. Sampel dan Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwo dan Subagyo; 2000:79). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Coffee Shop Dazed Coffee Medan

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Perhitungan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (60 responden responden yakni pelanggan Coffee Shop Dazed Coffee Medan)

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, adalah sebesar 10%.

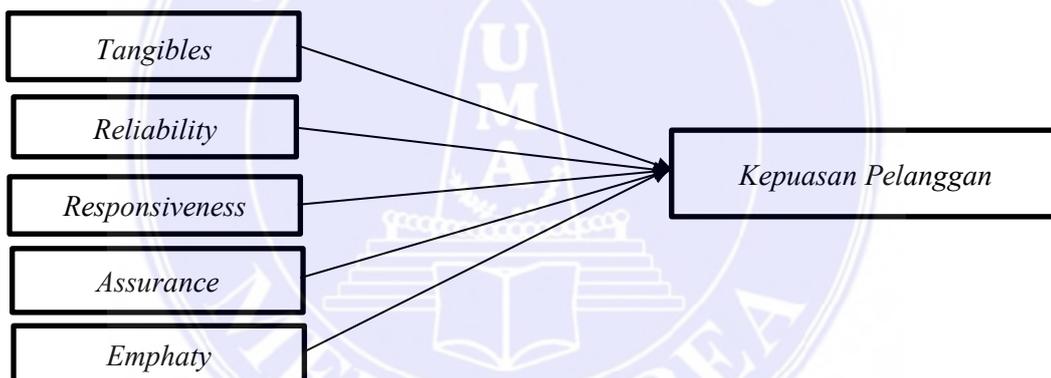
Maka:

$$n = \frac{60}{1 + 60(0,1)^2} = 35,50 = 36$$

Jadi, sampel yang digunakan untuk pengamatan ini adalah sebanyak 36 pelanggan Coffee Shop Dazed Coffeel Medan secara acak

### 3.9. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu kerangka yang digunakan sebagai pendekatan dalam memecahkan masalah. Kerangka berpikir dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.3.



**Gambar 3.3. Kerangka Berpikir**

Keterangan :

Pada gambar Kerangka Berpikir tersebut dapat bahwa kategori Servqual merupakan variabel yang pertama kali diketahui dimana atribut tersebut diidentifikasi melalui kuisisioner.

Servqual digunakan untuk memberikan informasi penting mengenai adanya gap antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima.

Penggunaan Servqual dapat membantu menentukan prioritas gap pelayanan yang harus diperbaiki. Metodologi ini telah dihubungkan bersama pada

berbagai literatur dikarenakan fokus mereka pada kebutuhan pelanggan.

Servqual dapat membantu untuk menentukan dimensi kualitas pelayanan perusahaan.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan, analisis data dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Tingkat performance Dazed Coffee Medan masih belum memuaskan konsumen karena masih banyak atribut pelayanan yang dinilai memiliki nilai gap yang negatif yakni kemampuan karyawan belum dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan/ keinginan konsumen dalam memberikan pelayanan yang seharusnya.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap pelayanan Dazed Coffee Medan adalah:
  - a. *Tangible* (tampilan fisik pelayanan)  
Yaitu tampilan fisik penyedia jasa seperti gedung, tata letak peralatan, interior dan eksterior serta tampilan fisik, Karyawan dan staf karyawan,
  - b. *Reliability* (kemampuan mewujudkan janji)  
Yaitu kemampuan dari penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat, dapat dipercaya dan dapat diandalkan dengan kata lain sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan apa yang telah dijanjikan kepada pelanggan.
  - c. *Responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan)  
Yaitu kesediaan penyedia jasa terutama yang sifatnya untuk membantu pelanggan (dana) serta memberikan pelayanan yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan. Dimensi ini menekankan pada prinsip dan penyedia jasa yang

penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, keluhan dan masalah pelanggan.

d. *Assurance* (kemampuan memberikan jaminan pelayanan)

Yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri pelanggan bahwa pihak penyedia jasa terutama para karyawan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan

e. *Empathy* (kemampuan dalam memahami keinginan pelanggan)

Yaitu kemampuan penyedia jasa dalam memperlakukan pelanggan sebagai individu-individu yang khusus, dalam bentuk pelayanan dan perhatian secara personal yang diberikan Cafeteria Telkomsel Medan kepada pelanggannya

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Dazed Coffee Medan berada di GAP 1, yakni Persepsi Manajemen, yaitu adanya perbedaan penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas penemuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan konsumen, komunikasi dari bawah ke atas kurang memadai serta terlalu banyaknya tingkat manajemen. Dengan kata lain, manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan para konsumen secara cepat.

4. Atribut-atribut yang perlu di tingkatkan dan diperbaiki yakni atribut *Tangible* meliputi Pemilihan musik dan tingkat volume yang diputar (-0,2778), Kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan (-0,3056), Peralatan makan yang dimiliki restoran bersih dan higienis (-0,3056), Tempat cuci tangan

berpenampilan rapi dan menarik (-0,0556), Kerapian dan kebersihan pakaian penjual (-0,4167) dan Kebersihan dan kerapian tenan jualan penjual (-0,2500), untuk atribut *Reliability* meliputi Menyajikan makanan dengan cita rasa yang enak (-0,5278), dan Kemampuan penataan hidangan yang baik (-0,6111), untuk atribut *Resposiveness* meliputi Respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan (-0,3611), Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan (-0,3611), Kecepatan karyawan dalam penyajian makanan (-0,1667), dan Kecepatan karyawan dalam melayani pesanan *take away* (bungkus) (-0,4167), atribut *Assurance* meliputi Menyajikan makanan dan minuman yang bersih dan higienis (-0,1111), dan atribut *Emphaty* meliputi Karyawan yang memberikan saran menu terbaik dan info tentang promo (-0,2222). Berdasarkan persepsi pelanggan, atribut pelayanan “Kemampuan penataan hidangan yang baik” memiliki nilai gap terbesar yakni **-0,6111**. Jadi pihak perusahaan harus memberikan pelatihan kepada karyawan tentang tata cara dan tata keramah penataan hidangan berkomunikasi dengan baik dan benar.

5. Usulan tindakan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan adalah seperti berikut ini:

- a. Menambah staff khusus kebersihan untuk menangani atribut kebersihan fasilitas fisik.
- b. Mengadakan pelatihan *product knowledge* secara rutin untuk menangani atribut pengetahuan karyawan terhadap produk yang baik.
- c. Sistem *reward and punishment* pada karyawan untuk menangani atribut kesiapan karyawan membantu konsumen.

- d. Membuat standar pemberian informasi kepada pelanggan untuk menangani atribut penjelasan yang sopan dan tepat saat konsumen bertanya.
- e. Membuat standar penanganan kritik dan saran konsumen untuk menangani atribut mendengarkan dan peduli pada keluhan konsumen.

## 5.2. Saran

Saran yang dapat diusulkan setelah diselesaikan penelitian ini adalah:

1. Pihak manajemen dapat memfokuskan perhatiannya pada perbaikan variabel pelayanan yang belum dapat memenuhi kepuasan para pelanggannya sesuai dengan urutan prioritas perbaikan serta mengembangkan variabel yang merupakan kelebihan pelayanannya.
2. Pihak manajemen dapat secara berkala dan berkesinambungan melakukan evaluasi pelayanan jasa kuliner yang diberikan kepada pelanggan sehingga dapat diketahui tingkatan pelayanan serta perencanaan perbaikan secara komprehensif dan mendetail.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mengembangkan analisis pemilihan karakteristik teknik dengan menggunakan analisis Kano sehingga dapat diketahui bentuk perbaikannya.
4. Pihak Manajemen hendaknya melakukan training atau pelatihan terhadap karyawan dalam memberikan pelayanan dan dalam penanganan masalah, agar konsumen tetap merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Coffee Shop.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alaan, Yunus. 2016. Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Assurance) Terhadap Customer Satisfaction: Penelitian Pada Hotel Selera Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol.15. No.2. hlm. 255-277
- Amatullah, F.A. dan Widaningsih, S., 2017. Analisis Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Kenten Sako, Palembang (study Kasus Di Pt. Telkom Indonesia Tbk, Witel Sumsel 2017). *eProceedings of Applied Science*, 3.
- Anak Agung Gde Putra Ajiwerdhi, Made Windu Antara Kesiman, I Made Agus Wirawan, "Pengembangan Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Mobile Untuk Pengisian Kartu Rencana Studi Dengan Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fmadm) Metode Simple Additive Weighting (Saw) Di Jurusan Pendidikan Teknik Informatika Universitas Pendidikan Ganesha," *Jurnal Nasional Pendidikan Teknik Informatika (JANAPATI)*, vol. I, no. 2, di akses tanggal 1 Maret 2019 .
- Angely, Gesyel, Jhony Revo Elia Tampi dan Danny David Samuel Mukuan. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JasaServices Pada PT. Astra Internasional, TBK-Daihatsu Malalayang. *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.8 No. 2 hlm.
- Astuti, Dewi, Febi Nur Salisah. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Pekanbaru). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*. Vol.2. No.1. hlm 2460-8181
- Arikunto, Suharsini. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. PT Rineka Cipta : Jakarta.
- Ariyanto, NIM. 07650062 (2012). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Dengan Metode Saw (Simple Additive Weighting) (Studi Kasus di Pamella Swalayan)*. Skripsi thesis, UIN SUNAN KALIJAGA. <http://digilib.uin-suka.ac.id/7939/> di akses tanggal 1 Maret 2019
- Besterfield, Dale H. et.al. 2003. *Total Quality Management*. 3rd Edition. Prentice Hall : New Jersey

- Chandra, Priyono dan Hakim 2015. The Influence of Location, Products, Promotions, Services With Respect to Consumer Behavior (Studies in the Indo March Raya Darmo Surabaya). *Review of European Studies*; Vol. 7, N. 12; 2015.
- Dewi, Shanty Kusuma. 2017. Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Metode Servqual dan Zone Of Tolerance. *Jurnal SENTRA*. Vol.1 No. 1 hlm. 2527-6042
- Deoranto, Panji, Maria Ulfa, Mas'ud Effendi. 2015. Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan PLS DI Duta Katering. *Jurnal Agroindustri dan Lokarya Nasional*. Vol.1 No.1. hlm.6-14
- Hartono, J. 2004. Metodologi Penelitian Bisnis: Salah kaprah dan Pengalaman-pengalaman. FE UGM : Yogyakarta
- Herwanto, Dene DKK. 2013. [Jurnal]. Improving The Service Quality By Using Importance Performance Analysis And House Of Quality In Smk Plus Laboratorium Indonesia, Karawang. [http://eas-journal.org/survey/userfiles/files/6\\_Industrial%20Engineering.pdf](http://eas-journal.org/survey/userfiles/files/6_Industrial%20Engineering.pdf). di akses tanggal 1 Maret 2019
- Ita Yulianti, Imam Tahyudin, Nurfaizah, "Sistem Pendukung Keputusan Seleksi Beasiswa Pendidikan Menggunakan Metode Simple Additive Weighting," *Jurnal Telematika*, vol. VII, no. 1, di askes pada tanggal 1 Maret 2019
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terjemahan Hendro Teguh, SE. Ak dan Rusli, SE. Ak. Prehelindo : Jakarta
- Lubis, M. S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Arumas Hotel Lubuk Sikaping.
- Lupiyoadi, rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Salemba Empat : Jakarta Prayogo.
- Melati, D. A., & Madiawati, P. N. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada PDAM Tirtawening Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management*, Vol.2, No.3.
- Mardikawati, W., & Farida, N. (2013). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada

- Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2, Nomor 1.*
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@TI Undip, Vol IX, No 1.*
- Pancawati, D., & Rukmana, O. (2012). Pengukuran Dan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Surat Dan Paket PT Pos Indonesia Menggunakan Metode Servqual Dan TRIZ Pada PT Pos Indonesia. *Program Teknik Industri, Universitas Islam Bandung.*
- Priyatno, Duwi. 2012. Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS. Yogyakarta : Gava Media.
- Render, Barry. Heizer, Jay. 2005. Operations Management 7th edition. Salemba Empat : Jakarta
- Riyanto, Beni. 2006. Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Quality Function Development pada Rumah Sakit (Studi Kasus pada Kelas VIP dan I pada Rumah Sakit DR. Moewardi Surakarta). Skripsi Fakultas Ekonomi UNS. Tidak dipublikasikan
- Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 1 Edisi empat. Salemba Empat : Jakarta
- Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian untuk Bisnis Buku 2 Edisi empat. Salemba Empat : Jakarta
- Setiaji, Pratomo. 2012. "Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Simple Additive Weighting". Jurnal. Jurusan Sistem Informasi, Teknik. Universitas Muria Kudus.
- Sheila, S. 2003. Pemetaan dan Evaluasi Kepuasan Konsumen menggunakan Metode Kano berdasarkan Metode Servqual dalam Upaya Mendukung Kualitas Produksi di PT. X.
- Singarimbun, M, dan S. Effendi. 1995. Metode Penelitian Survei. LP3ES : Jakarta
- Sumodiningratan, G. 2003. Pengantar Ekonometika. Survey. LP3ES : Jakarta
- Surehchandar, G.S. Rajendran Chandra Sekharan and Kamalanabhan, T.J. 2001. Customer Perception of Service Quality a Critique. *Journal of Retailing* Vol. 12.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Jakarta: ALFABETA.
- Tjiptono. (T.Thn.). *Total Quality*. 2007.
- Tjiptono, Fandy. 1997. Prinsip-Prinsip Total Quality Service. Andi Offset : Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. Anastasia, Diana. 2003. Total Quality Management. Andi Offset: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. Manajemen Jasa Edisi Kedua Cetakan Ketiga. Yogyakarta:
- Tzeng, Gwo-Hshiang dan Hung-Fan Chang. 2011. Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry. Universitas Alberto Hurtado. Journal of Technology Management & Innovation. ISSN: 0718-272. Valerie, Zeithami A. 1990. Delivering Quality. New York: Free Press.
- Walpole, Ronald E. 2005. Pengantar Statistika. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Wijaya, T. (2011). *MANAJEMEN KUALITAS JASA Desain Servqual, QFD, Dan Kano Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: INDEKS.
- Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa (Vol. Edisi Pertama)*. EKONISIA.