

# ANALISIS KUALITAS LAYANAN RESTORAN DENGAN MENGGUNAKAN MODEL KANO-PRCA DAN AIM

Ronald Sukwadi, Agustin Dian  
Program Studi Teknik Industri  
Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya  
Jalan Jenderal Sudirman 51 Jakarta 12930  
ronald.sukwadi@atmajaya.ac.id; ronaldmanutd@yahoo.com

## Abstrak

Dalam penelitian ini, 28 atribut layanan teridentifikasi untuk menilai kualitas layanan restoran. Analisis Kano dengan model Penalty Reward Contrast Analysis (PRCA) digunakan untuk mengklasifikasikan apakah atribut tersebut termasuk kategori performance, basic, excitement, atau indifferent. Selanjutnya, untuk menilai skor kepuasan dan tingkat kepentingan masing-masing atribut layanan digunakan metode Adequacy Importance Model (AIM). Hasil integrasi kedua model ini (PRCA dan AIM) dapat digunakan untuk menentukan apakah atribut layanan perlu ditingkatkan atau dipertahankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima atribut layanan yang harus ditingkatkan dan dua puluh tiga atribut layanan yang sudah baik dan harus dipertahankan.

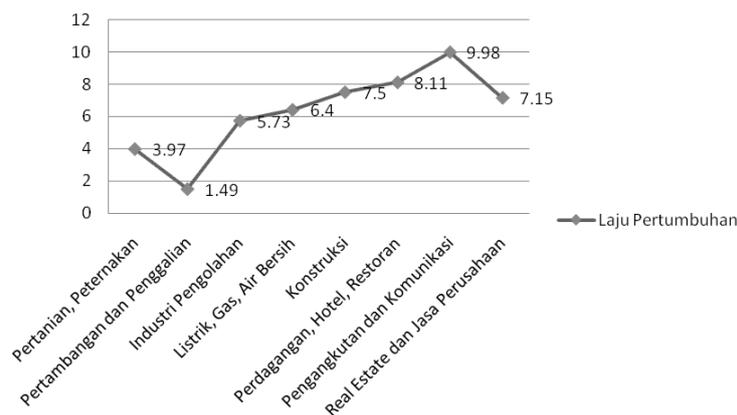
**Kata kunci:** Analisa jabatan, evaluasi jabatan, Analytical Hierarchy Process, Point System, struktur gaji dasar.

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Banyaknya jenis restoran sekarang ini menyebabkan tingkat persaingan dalam industri restoran semakin kompetitif. Laju pertumbuhan pada bidang usaha hotel dan restoran menempati urutan ke dua (Gambar 1). Hal ini menandakan semakin banyak peluang usaha dari bidang usaha ini.

### Laju Pertumbuhan Lapangan Usaha



**Gambar 1. Laju Pertumbuhan Lapangan Usaha**

(Sumber: Badan Pusat Statistik, 2014 )

Dengan semakin meningkatnya jumlah orang yang makan di luar, membuat pemilik restoran selalu mengutamakan kualitas pelayanan yang mereka tawarkan. Konsep kepuasan pelanggan adalah penting dalam berbagai jenis industri, termasuk dalam industri restoran. Berjuang untuk kepuasan pelanggan berarti memahami dan mengantisipasi apa yang diinginkan pelanggan (Matzler dkk, 1996). Kepuasan pelanggan merupakan salah

satu faktor yang paling penting menentukan keberhasilan suatu restoran dalam lingkungan bisnis. Setiap restoran berupaya untuk selalu meningkatkan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas layanan mereka (Chow dkk, 2008), namun mereka dibatasi oleh masalah sumber daya yang terbatas dan bagaimana mengalokasikan sumber daya tersebut untuk mencapai apa yang diharapkan pelanggan (Chang dkk, 2011).

Dalam penelitian ini, dipilih Restoran Warung Pasta sebagai obyek penelitian karena memiliki cukup ramai dan rasa makanan yang ditawarkan cukup menarik minat pelanggan untuk mencicipinya. Selain itu, restoran ini cukup dikenal oleh banyak kalangan karena memiliki cabang di beberapa tempat baik di daerah Jakarta maupun luar Jakarta, yaitu di Kemang, Rawamangun, Depok, Bandung, Yogyakarta, Kalimantan, dan Kelapa Gading. Dari hasil observasi awal didapat hasil bahwa pelayanan yang ditawarkan tidak cukup baik, namun memiliki lokasi, dekorasi, dan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisa kualitas layanan yang telah diberikan pihak restoran dengan menggunakan *Kano-Penalty Reward Contrast Analysis* (Kano-PRCA) dan *Adequacy Importance Model* (AIM). Model Kano-PRCA digunakan untuk mengelompokkan atribut layanan, sedang model AIM digunakan untuk mengukur kepuasan secara keseluruhan dari masing-masing atribut layanan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dan kepuasan masing-masing atribut.

## B. Tujuan Penelitian

Terdapat 3 tujuan dari dilakukannya penelitian ini, antara lain :

1. Mengidentifikasi dimensi dan atribut layanan yang diberikan oleh restoran Warung Pasta yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menentukan atribut-atribut layanan yang perlu dipertahankan oleh restoran Warung Pasta.
3. Menentukan atribut layanan yang perlu diperbaiki dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan restoran.

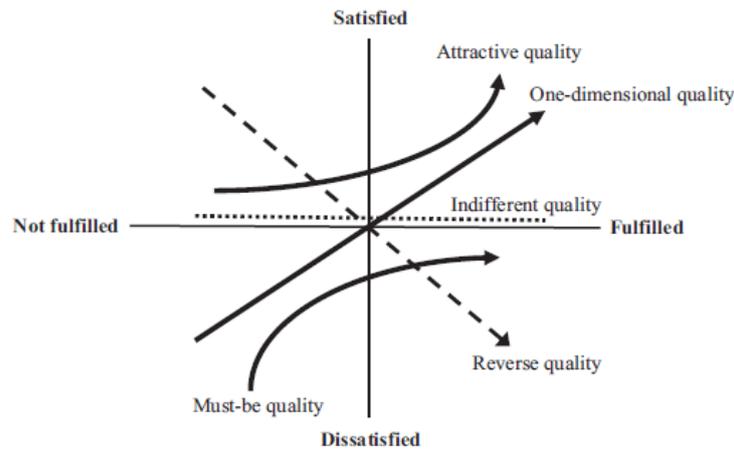
## II. LANDASAN TEORI

### A. Model Kano

Metode Kano dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano (Kano dkk, 1984). Model ini bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun layanan berdasarkan seberapa baik produk atau layanan tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi enam kategori yaitu: (1) *Attractive* (*excitement needs*), (2) *One dimensional* (*performance needs*), (3) *Must be* (*basic needs*), (4) *Indifferent*, (5) *Reverse*, dan (6) *Questionable* (Witell dan Lofgren, 2007)

*Attractive* (*excitement needs*) merupakan kategori yang tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat sangat tinggi dengan meningkatnya kinerja atribut. Penurunan kinerja atribut tidak akan menyebabkan penurunan tingkat kepuasan. *One dimensional* (*performance needs*) adalah kategori yang apabila terpenuhi maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan menyebabkan ketidakpuasan bila tidak terpenuhi. Tingkat kepuasan pelanggan berhubungan linier dengan kinerja atribut, sehingga menurunnya kinerja atribut akan menurunkan pula tingkat kepuasan pelanggan (Slevitch dan Oh, 2010).

Kategori *Must be* (*basic needs*) merupakan kategori dimana pelanggan menjadi tidak puas apabila kinerja dari atribut yang bersangkutan rendah tetapi kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh diatas netral meskipun kinerja dari atribut tersebut tinggi. Kategori ini merupakan kebutuhan dasar yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa kepada pelanggannya. Kategori *Indifferent* terjadi jika ada maupun tidaknya layanan tidak akan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen. Kategori *Reverse* merupakan kategori kebalikan dari kategori *One dimensional*, di mana derajat kepuasan pelanggan lebih tinggi jika layanan diberikan tidak semestinya, dibandingkan layanan yang berjalan lebih baik. Terakhir adalah kategori *Questionable* merupakan kondisi yang kadangkala pelanggan puas atau tidak puas jika layanan itu diberikan atau tidak diberikan.



**Gambar 1. Model Kano**  
(Kano dkk, 1984)

**B. Penalty Reward Contrast Analysis (PRCA)**

Metode *Penalty Reward Contrast Analysis* (PRCA) diperkenalkan oleh Brandt pada tahun 1987 (Matzler & Sauerwein, 2002). Metode ini memiliki dua keuntungan. Pertama, pentingnya atribut tertentu sehingga tingkat kepuasan atribut dapat diukur. Kedua, metode ini mempertimbangkan pengklasifikasian atribut layanan ke faktor *basic need*, *performance* dan *excitement*, sehingga validitas konvergen dapat dinilai. Analisis regresi variabel dummy digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan minimum (*basic need*) dan meningkatkan nilai (*excitement factor*). Kedua hal tersebut dianggap sebagai kontributor untuk kepuasan pelanggan secara menyeluruh. Kode variabel dummy dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Konversi Tingkat Kepuasan Atribut menjadi Variabel Dummy**

| Kepuasan Pelanggan | D1 | D2 |
|--------------------|----|----|
| Sangat Memuaskan   | 1  | 0  |
| Cukup Memuaskan    | 0  | 0  |
| Tidak Memuaskan    | 0  | 1  |

Keterangan:

D1 = "Reward" dinyatakan sebagai peningkatan yang terkait dengan kepuasan yang tinggi.

D2 = "Penalti" dinyatakan sebagai penurunan yang terkait dengan kepuasan yang terendah.

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan skala peringkat kepuasan sebagai variabel dependen dan variabel dummy sebagai variabel independen. Jika *reward* melampaui *penalty*, maka atribut dianggap sebagai faktor *excitement*. Jika *penalty* melebihi *reward*, maka atributnya adalah faktor *basic needs*. Tabel 2 menjelaskan kondisi atribut kategorisasi menjadi faktor *basic need*, *performance* dan *excitement* berdasarkan metoda PRCA.

**Tabel 2. Kondisi Kategorisasi Atribut**

| <i>Reward</i> | <i>Penalty</i> | Faktor             |
|---------------|----------------|--------------------|
| Penting       | Tidak Penting  | <i>Excitement</i>  |
| Penting       | Penting        | <i>Performance</i> |
| Tidak Penting | Penting        | <i>Basic</i>       |
| Tidak Penting | Tidak Penting  | <i>Indifferent</i> |

**C. Adequacy Importance Model (AIM)**

Model ini dikembangkan oleh Dobbstein dan Taylor (2003) untuk mengukur kepuasan dengan cara kompensasi. Sebagai contoh, nilai rendah suatu layanan pada suatu persyaratan dapat dikompensasi oleh nilai tinggi layanan tersebut untuk persyaratan lainnya. Di bawah ini persamaan yang menunjukkan perhitungan skor kepuasan keseluruhan untuk setiap atribut layanan terhadap suatu dimensi.

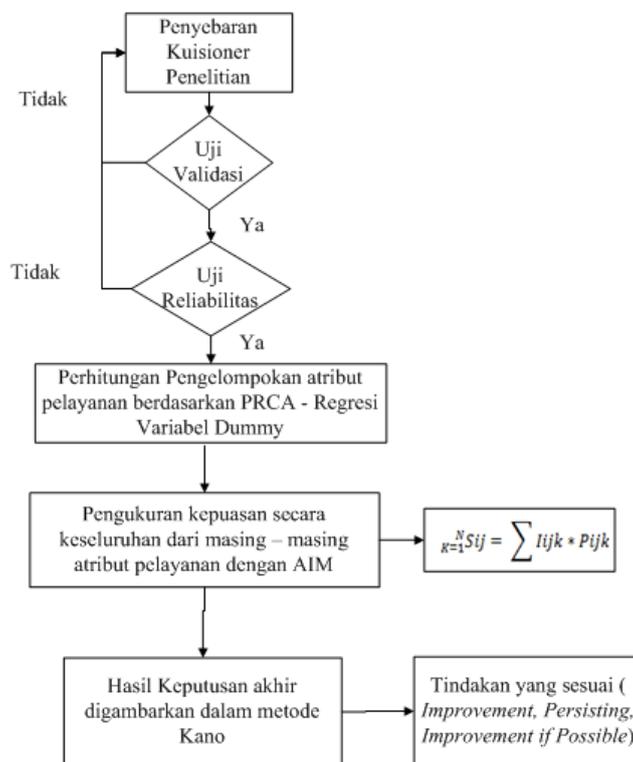
$$\sum_{k=1}^N S_{ij} = I_{ijk} * P_{ijk} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- S<sub>ij</sub> = Skor kepuasan keseluruhan pelanggan *i* terhadap dimensi *j*.
- I<sub>ijk</sub> = Tingkat kepentingan atribut layanan *k* bagi pelanggan *i*.
- P<sub>ijk</sub> = Persepsi kualitas atribut layanan *k* dimensi *j* oleh pelanggan *i*.
- N = Jumlah atribut layanan yang relevan

**III. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian yang dilakukan mengikuti alur metodologi penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2. Alur Metodologi Penelitian**

Target responden dalam penelitian ini adalah setiap orang yang pernah mengunjungi dan menikmati sajian dari Warung Pasta. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada pelanggan restoran dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner terbagi menjadi dua bagian besar. Bagian pertama berisi pernyataan mengenai data demografi responden. Bagian kedua berisi 28 pernyataan yang diturunkan kualitas layanan restoran (*DINESERV*) dari Stevens dkk (1995). Pada bagian ini, responden diminta memilih satu dari tujuh pilihan jawaban yang dituliskan dalam skala pengukuran *Likert* 1 sampai 7, masing-masing menunjukkan sangat tidak puas (1) sampai sangat puas (7) terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Sebanyak 210 kuesioner disebarakan secara langsung di restoran Warung Pasta maupun secara *online*.

**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN****A. Profil Responden**

Berikut ini profil responden dari penelitian ini.

**Tabel 3. Demografi responden (N = 210)**

| Karakteristik               | Jumlah (%)    |
|-----------------------------|---------------|
| Jenis Kelamin               |               |
| Laki-laki                   | 140 ( 66,7%)  |
| Perempuan                   | 70 ( 33,3% )  |
| Usia                        |               |
| < 20 tahun                  | 41 ( 19,5%)   |
| 20 - 39 tahun               | 169 ( 80,5%)  |
| Jenis Pekerjaan             |               |
| Mahasiswa                   | 149 ( 70,95%) |
| Karyawan swasta             | 23 ( 10,95%)  |
| Wiraswastawan               | 24 ( 11,43%)  |
| Pegawai Negeri              | 12 (5,8%)     |
| Lainnya                     | 2 (1%)        |
| Penghasilan per bulan       |               |
| < Rp 500.000                | 74 ( 35,2%)   |
| Rp 500.000 - Rp 1.000.000   | 81 ( 38,6%)   |
| Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000 | 49 (23,3%)    |

**B. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Dari hasil uji validitas item pertanyaan kuisioner didapat bahwa semua atribut layanan *valid* dikarenakan nilai sig (*2-tailed*) < 0,05 ( $\alpha$ ). Selain itu, hasil *corrected item-total correlation* tiap atribut juga bernilai positif. Hasil reliabilitas yang didapat juga tinggi (0,924) > 0,80.

**Tabel 4. Uji Validitas Item Pernyataan Kuesioner**

| No  | Atribut  | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | <b>Sig. 2-tailed</b> |
|-----|--|---|----------------------|
| X1  | Restoran terlihat menarik  | 0,590                                   | 0,000                |
| X2  | Lokasi parkir luas   | 0,606                                   | 0,000                |
| X3  | Dekorasi meja dan restoran <i>modern</i>                                       | 0,486                                   | 0,000                |
| X4  | Kebersihan restoran baik   | 0,616                                   | 0,000                |
| X5  | Restoran menggunakan peralatan makan yang baik                                 | 0,571                                   | 0,000                |
| X6  | Ruangan restoran nyaman  | 0,616                                   | 0,000                |
| X7  | Hiburan dan fasilitas yang disediakan banyak dan menarik                       | 0,556                                   | 0,000                |
| X8  | Interior menarik   | 0,564                                   | 0,000                |
| X9  | Terdapat fasilitas internet  | 0,489                                   | 0,000                |
| X10 | Terdapat diskon tertentu   | 0,628                                   | 0,000                |
| X11 | Kursi nyaman   | 0,651                                   | 0,000                |
| X12 | Buku menu mudah dibaca dan desain menarik                                      | 0,583                                   | 0,000                |
| X13 | Penanggapan yang cepat apabila terjadi kesalahan pelayanan                     | 0,725                                   | 0,000                |
| X14 | Pelayan restoran dapat menjawab semua pertanyaan konsumen tentang menu makanan | 0,652                                   | 0,000                |

|     |  |       |       |
|-----|--|-------|-------|
|     | yang tersedia  |       |       |
| X15 | Ketelitian karyawan terhadap pesanan yang dipesan oleh konsumen          | 0,682 | 0,000 |
| X16 | Mengulang kembali pesanan konsumen                                       | 0,469 | 0,000 |
| X17 | Pelayan dapat mengusahakan keinginan konsumen ( <i>special request</i> ) | 0,591 | 0,000 |
| X18 | Senang jika kembali ke restoran warung pasta                             | 0,646 | 0,000 |
| X19 | Merekomendasikan restoran kepada orang lain/saudara                      | 0,672 | 0,000 |
| X20 | Kualitas pelayanan yang sangat memuaskan                                 | 0,737 | 0,000 |
| X21 | Cita rasa makanan yang memuaskan   | 0,585 | 0,000 |
| X22 | Harga terjangkau   | 0,500 | 0,000 |
| X23 | Merasa terlayani dengan baik   | 0,750 | 0,000 |
| X24 | Pelayan melayani dengan cepat  | 0,760 | 0,000 |
| X25 | Keramahan pelayan dalam melayani pelanggan                               | 0,728 | 0,000 |
| X26 | Pelayan dapat menangani masalah yang ada, termasuk antrian panjang       | 0,709 | 0,000 |
| X27 | Pelayan restoran yang terlatih, kompeten, dan berpengalaman              | 0,782 | 0,000 |
| X28 | Dukungan antar karyawan dapat terlihat (kompak)                          | 0,688 | 0,000 |

### C. Hasil PRCA

Konversi atribut kepuasan menjadi *dummy variable* ini dapat dilihat pada Tabel 5. Apabila nilai kepuasan 5 hingga 7 maka pada *penalty* (d1) dan *reward* (d2) bernilai 0-1, bila nilai kepuasan 4 maka bernilai 0-0 dan bila sangat tidak memuaskan bernilai 1-0. Hasil dari setiap jawaban kuesioner diubah ke dalam variabel dummy dan diolah menggunakan regresi linier.

**Tabel 5. Konversi Atribut Kepuasan menjadi *Dummy Variable***

| Kepuasan Konsumen      |       | d1 | d2 |
|------------------------|-------|----|----|
| Sangat memuaskan       | 5,6,7 | 0  | 1  |
| Sedang                 | 4     | 0  | 0  |
| Sangat tidak memuaskan | 1,2,3 | 1  | 0  |

Dengan diolah dengan regresi linier menggunakan software SPSS 19 didapat nilai p dari masing-masing atribut layanan baik *penalty* maupun *reward* (Tabel 6).

**Tabel 6. Nilai p dari 28 Atribut Layanan Restoran**

| Atribut | Penalty (d1) | Reward (d2) | Atribut | Penalty (d1) | Reward (d2) |
|---------|--------------|-------------|---------|--------------|-------------|
| X1      | 0.000        | 0.000       | X15     | 0.001        | 0.000       |
| X2      | 0.106        | 0.000       | X16     | 0.000        | 0.000       |
| X3      | 0.000        | 0.000       | X17     | 0.000        | 0.000       |
| X4      | 0.013        | 0.000       | X18     | 0.085        | 0.026       |
| X5      | 0.016        | 0.000       | X19     | 0.000        | 0.000       |
| X6      | 0.057        | 0.000       | X20     | 0.000        | 0.000       |
| X7      | 0.000        | 0.000       | X21     | 0.000        | 0.000       |
| X8      | 0.145        | 0.000       | X22     | 0.000        | 0.000       |
| X9      | 0.000        | 0.000       | X23     | 0.002        | 0.000       |
| X10     | 0.000        | 0.000       | X24     | 0.000        | 0.000       |
| X11     | 0.099        | 0.000       | X25     | 0.000        | 0.000       |
| X12     | 0.000        | 0.000       | X26     | 0.000        | 0.000       |
| X13     | 0.000        | 0.000       | X27     | 0.000        | 0.000       |
| X14     | 0.000        | 0.000       | X28     | 0.000        | 0.000       |

Apabila nilai  $p < \alpha$  (0,05) maka atribut tersebut *significant*. Sebaliknya jika  $p > \alpha$ , maka atribut tersebut *insignificant*. Berikut ini hasil rekap dari 28 atribut layanan restoran yang telah diolah.

**Tabel 7. Kategorisasi Atribut Layanan Restoran**

| Atribut | Penalty       | Reward      | Faktor      | Atribut | Penalty       | Reward      | Faktor      |
|---------|---------------|-------------|-------------|---------|---------------|-------------|-------------|
| X1      | Significant   | Significant | Performance | X15     | Significant   | Significant | Performance |
| X2      | Insignificant | Significant | Basic       | X16     | Significant   | Significant | Performance |
| X3      | Significant   | Significant | Performance | X17     | Significant   | Significant | Performance |
| X4      | Significant   | Significant | Performance | X18     | Insignificant | Significant | Basic       |
| X5      | Significant   | Significant | Performance | X19     | Significant   | Significant | Performance |
| X6      | Insignificant | Significant | Basic       | X20     | Significant   | Significant | Performance |
| X7      | Significant   | Significant | Performance | X21     | Significant   | Significant | Performance |
| X8      | Insignificant | Significant | Basic       | X22     | Significant   | Significant | Performance |
| X9      | Significant   | Significant | Performance | X23     | Significant   | Significant | Performance |
| X10     | Significant   | Significant | Performance | X24     | Significant   | Significant | Performance |
| X11     | Insignificant | Significant | Basic       | X25     | Significant   | Significant | Performance |
| X12     | Significant   | Significant | Performance | X26     | Significant   | Significant | Performance |
| X13     | Significant   | Significant | Performance | X27     | Significant   | Significant | Performance |
| X14     | Significant   | Significant | Performance | X28     | Significant   | Significant | Performance |

**D. Hasil AIM**

Dengan menggunakan persamaan (1) pada landasan teori, diperoleh hasil tingkat kepuasan keseluruhan masing-masing atribut layanan seperti disajikan pada Tabel 8.

**Tabel 8. Hasil Metode AIM**

| X   | Atribut  | Kebersihan , Fasilitas Promo  |
|-----|--|-------------------------------|
|     |  |                               |
| X1  | Restoran terlihat menarik  | 5079                          |
| X2  | Lokasi parkir luas   | 4682                          |
| X3  | Dekorasi meja dan restoran <i>modern</i>   | 5670                          |
| X4  | Kebersihan restoran baik   | 6639                          |
| X5  | Restoran menggunakan peralatan makan yang baik   | 6947                          |
| X6  | Ruangan restoran nyaman  | 5824                          |
| X7  | Hiburan dan fasilitas yang disediakan banyak dan menarik                                     | 5185                          |
| X8  | Interior menarik   | 5606                          |
| X9  | Terdapat fasilitas internet  | 4958                          |
| X10 | Terdapat diskon tertentu   | 6018                          |
| X11 | Kursi nyaman   | 6309                          |
|     |  | <i>Assurance</i>              |
| X12 | Buku menu mudah dibaca dan desain menarik  | 6667                          |
| X13 | Penanggapan yang cepat apabila terjadi kesalahan pelayanan                                   | 6056                          |
| X14 | Pelayan restoran dapat menjawab semua pertanyaan konsumen tentang menu makanan yang tersedia | 6436                          |
| X15 | Ketelitian karyawan terhadap pesanan yang dipesan oleh konsumen                              | 6574                          |
| X16 | Mengulang kembali pesanan konsumen   | 6271                          |
| X17 | Pelayan dapat mengusahakan keinginan konsumen ( <i>special request</i> )                     | 5745                          |
|     |  | <i>Kepuasan dan loyalitas</i> |
| X18 | Bersedia kembali ke restoran Warung Pasta  | 6502                          |
| X19 | Merekendasikan restoran kepada orang lain / saudara  | 6047                          |
| X20 | Kualitas pelayanan yang sangat memuaskan   | 6220                          |
| X21 | Cita rasa makanan yang memuaskan   | 5888                          |
| X22 | Harga terjangkau   | 6082                          |
| X23 | Merasa terlayani dengan baik   | 6134                          |
|     |  | <i>Kinerja Pelayan</i>        |
| X24 | Pelayan melayani dengan cepat  | 6093                          |
| X25 | Keramahan pelayan dalam menanggapi pelanggan   | 5855                          |
| X26 | Pelayan dapat menangani masalah yang ada, termasuk antrian yang panjang                      | 5482                          |
| X27 | Pelayan restoran yang terlatih, kompeten, dan berpengalaman                                  | 5761                          |
| X28 | Dukungan antar karyawan dapat terlihat ( kompak )  | 5033                          |

Hasil pada Tabel 8 selanjutnya dibagi dengan jumlah responden (N = 210). Hal ini dilakukan untuk mendapatkan klasifikasi *low*, *medium*, atau *high*. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai netral (dalam penelitian ini = 25). Jika nilai setiap atribut layanan ini di bawah nilai netral maka klasifikasinya *low*, apabila sebaliknya maka klasifikasinya *high*, dan bila sama dengan netral maka klasifikasinya *medium*.

#### D. Tindakan Perbaikan dari Hasil Integrasi PRCA dan AIM

Selanjutnya, hasil PRCA dan AIM akan diintegrasikan untuk menentukan tindakan perbaikan yang sesuai dan tepat yang perlu dilakukan pihak restoran (Tabel 9).

**Tabel 9. Tindakan Perbaikan Yang Sesuai**

| Atribut  | Klasifikasi PRCA   | Klasifikasi AIM | Decision                           |
|--|--------------------|-----------------|------------------------------------|
| <b>Kebersihan dan Fasilitas Promo</b>  |                    |                 |                                    |
| (X1) Restoran terlihat menarik   | <i>Performance</i> | <i>Low</i>      | <i>Improvement</i>                 |
| (X2) Lokasi parkir luas  | <i>Basic</i>       | <i>Low</i>      | <i>Improvement</i>                 |
| (X3) Dekorasi meja dan restoran <i>modern</i>  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X4) Kebersihan restoran baik  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X5) Restoran menggunakan peralatan makan yang baik  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X6) Ruangan restoran nyaman   | <i>Basic</i>       | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X7) Hiburan dan fasilitas yang disediakan banyak dan menarik                                      | <i>Performance</i> | <i>Medium</i>   | <i>Improvement<br/>If Possible</i> |
| (X8) Interior menarik  | <i>Basic</i>       | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X9) Terdapat fasilitas internet   | <i>Performance</i> | <i>Low</i>      | <i>Improvement</i>                 |
| (X10) Terdapat diskon tertentu   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X11) Kursi nyaman   | <i>Basic</i>       | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| <b>Assurance</b>   |                    |                 |                                    |
| (X12) Buku menu mudah dibaca dan desain menarik  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X13) Penanganan yang cepat apabila terjadi kesalahan pelayanan                                    | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X14) Pelayan restoran dapat menjawab semua pertanyaan konsumen tentang menu makanan yang tersedia | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X15) Ketelitian karyawan terhadap pesanan yang dipesan oleh konsumen                              | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X16) Mengulang kembali pesanan konsumen   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X17) Pelayan dapat mengusahakan keinginan konsumen ( <i>special request</i> )                     | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| <b>Kepuasan dan Loyalitas</b>  |                    |                 |                                    |
| (X18) Bersedia kembali ke restoran Warung Pasta  | <i>Basic</i>       | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X19) Merekomendasikan restoran kepada orang lain / saudara  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X20) Kualitas pelayanan yang sangat memuaskan   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X21) Cita rasa makanan yang memuaskan   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X22) Harga terjangkau   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X23) Merasa terlayani dengan baik   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| <b>Kinerja Pelayan</b>   |                    |                 |                                    |
| (X24) Pelayan melayani dengan cepat  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X25) Keramahan pelayan dalam melayani pelanggan   | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X26) Pelayan dapat menangani masalah yang ada, termasuk antrian yang panjang                      | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X27) Pelayan restoran yang terlatih, kompeten, dan berpengalaman                                  | <i>Performance</i> | <i>High</i>     | <i>Persisting</i>                  |
| (X28) Dukungan antar karyawan dapat terlihat (kompak)  | <i>Performance</i> | <i>Low</i>      | <i>Improvement</i>                 |

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pengolahan data dan analisis, maka diberikan beberapa hal yang menjadi kesimpulan dan sekaligus saran perbaikan, yaitu :

1. Dimensi – dimensi kualitas layanan yang terdapat pada restoran Warung Pasta antara lain kebersihan dan fasilitas promo, *assurance* (mencakup kemampuan, kesopanan dan kepercayaan terhadap pelayan), kepuasan dan loyalitas, serta kinerja pelayan.
2. Atribut – atribut layanan yang perlu dipertahankan pada dimensi kebersihan dan fasilitas promo, yaitu dekorasi meja dan restoran *modern*, kebersihan restoran baik, restoran menggunakan peralatan makan yang baik, ruangan restoran nyaman, interior menarik, terdapat diskon tertentu, kursi nyaman. Pada dimensi *assurance* yang perlu dipertahankan yaitu buku menu yang mudah dibaca dan desain menarik, respon yang

cepat apabila terjadi kesalahan pelayanan, pelayan restoran dapat menjawab semua pertanyaan pelanggan tentang menu makanan yang tersedia, ketelitian karyawan terhadap pesanan yang dipesan oleh pelanggan, mengulang kembali pesanan pelanggan, pelayan dapat mengusahakan keinginan pelanggan (*special request*). Pada dimensi kepuasan dan loyalitas yang perlu dipertahankan yaitu bersedia kembali ke restoran Warung Pasta, merekomendasikan restoran kepada orang lain / saudara, kualitas pelayanan yang sangat memuaskan, cita rasa makanan yang memuaskan, harga terjangkau, merasa terlayani dengan baik. Pada dimensi kinerja pelayan yaitu pelayan melayani dengan cepat, keramahan pelayan dalam melayani pelanggan, pelayan dapat menangani masalah yang ada, termasuk antrian yang panjang, pelayan restoran yang terlatih, kompeten dan berpengalaman.

3. Atribut-atribut layanan restoran yang perlu ditingkatkan lagi terdapat pada dimensi kebersihan dan fasilitas promo, yakni tampilan restoran agar lebih menarik lagi, lokasi parkir, hiburan dan fasilitas yang disediakan diharapkan lebih beragam dan menarik, tersedianya fasilitas internet. Sedang pada dimensi kinerja pelayan yang perlu diperbaiki yaitu dukungan antar karyawan (kekompakan).

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Chang, S.J., Hsiao, H.C., Huang, L.H., and Chang, H.H., 2011, Taiwan quality indicator project and hospital productivity growth. *International Journal of Management Science*, 39(1), 14-22.
- [2] Chow, W.S., Madu, C.N., Kuei, C.H., Lu, M.H., Lin, C., and Tseng, H., 2008, Supply chain management in the US and Taiwan: An empirical study. *International Journal of Management Science*, 36(5), 665-79.
- [3] Dobbelsstein, T., and Taylor, S., 2003, Analysing the world of work's requirements with the aim of enthusing companies about cooperative education, *Asia-Pacific. Journal of Cooperative Education*. 5(1), 1-6.
- [4] Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., and Tsuji, S., 1984, *Attractive quality and must-be quality*. *Hinshitu*, 14(2), 147-156.
- [5] Matzler, K., Hinterhuber, H.H., Bailom, F., and Sauerwein, E., 1996, How to delight your customers, *Journal of Product & Brand Management*, 5(2), 6-18.
- [6] Matzler, K., and Sauerwein, E., 2002, The factor structure of customer satisfaction: An empirical test of the importance grid and the penalty-reward-contrast analysis, *International Journal of Service Industry Management*, 13(4), 314-332.
- [7] Slevitch, L., and Oh, H., 2010, Asymmetric relationship between attribute performance and customer satisfaction: A new perspective, *International Journal of Hospitality Management*, 29, 559-69.
- [8] Stevens, P., Knutson, B., and Patton, M., 1995, DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56-60.
- [9] Witell, L., and Lofgren, M., 2007, Classification of quality attributes, *Journal of Managing Service Quality*, 17(1), 54-73.