



ANALISIS KUALITAS LAYANAN RESTORAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Mohammad Setiawan^{1*}, Hana Catur Wahyuni²

^{1,2} Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

*Korespondensi Penulis, E-mail: setiawanmohammad6@gmail.com

Abstract

Kartikasari Restaurant is a catering business engaged in foreign fast food with a favorite menu of Chinese food, this business was established around 1992. In 2005 this company began to develop European cuisine because it often received tourist guests. The problem that occurs at this time is the poor quality of service because it is seen from the results of reviews of customer complaints about restaurant services, namely 31% where management expects complaints to be no more than 5%, therefore service quality must be improved. In this study, the SERQUAL (Service Quality) method was used as a step to collect data by distributing questionnaires with five attributes to customers with 73 respondents. Furthermore, the gap between customers and service providers will be analyzed using the Quadrant Analyst map with the IPA (Importance Performance Analysis) method. then it will appear that some service quality needs to be improved and create alternatives with the QFD (Quality Function Deployment) method. In this study, the highest gap results were found in the attributes RL 06 (-0.174), RL 07 (-0.147), RL 08 (-0.040) RL 10 (-0.080), RS 11 (-0.134), RS 12 (-0.080) , RS 13 (-0.053) and RS 15 (-0.133). Whereas in the Cartesian diagram quadrant 1 (top priority) has the same value as the results of the gap, the improvement is by developing the abilities of all employees, as well as fostering a sense of security and comfort, fostering a sense of empathy, politeness, sense of responsibility and discipline.

Keywords: Service Quality, Restaurant, Service Quality, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment

Abstrak

Restoran kartikasari adalah sebuah bisnis tata boga yang yang bergerak di bidang makanan siap saji mancanegara dengan menu favorit chinese food, usaha ini berdiri sekitar tahun 1992. Pada tahun 2005 perusahaan ini mulai mengembangkan masakan eropa karena sering mendapat tamu turis. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah kualitas pelayanan yang jelek dikarenakan dilihat dari hasil ulasan komplain pelanggan terhadap pelayanan restoran yaitu 31% dimana pihak manajemen berharap komplain tidak lebih dari 5% maka dari itu kualitas layanan harus diperbaiki, Pada penelitian ini menggunakan metode SERQUAL (Service Quality) sebagai langkah untuk mengambil data dengan cara menyebarkan kuesioner pertanyaan dengan lima atribut kepada pelanggan dengan 73 responden. Selanjutnya gap antara pelanggan dan penyedia jasa akan dianalisa menggunakan peta Quadrant Analyst dengan metode IPA (Importance Performance Analysis). maka akan tampak beberapa kualitas layanan yang perlu diperbaiki dan membuat alternatif dengan metode QFD (Quality Function Deployment), Pada penelitian ini didapatkan hasil gap tertinggi berada pada atribut RL 06 (-0,174), RL 07 (-0,147), RL 08 (-0,040) RL 10 (-0,080), RS 11(-0,134), RS 12 (-0,080), RS 13(-0,053) dan RS 15 (-0,133).Sedangkan dalam peta diagram kartesius kuadran 1 (prioritas utama) bernilai sama dengan hasil gap maka perbaikannya adalah dengan cara mengembangkan kemampuan semua karyawan, serta menumbuhkan rasa aman dan nyaman, menumbuhkan rasa empati, kesopanan, rasa tanggung jawab dan disiplin.

Kata kunci: kualitas layanan, restoran, Service Quality, Importance Performance Analysis, Quality Function Deployment

1. Pendahuluan

Menurut [4], Kualitas layanan merupakan acuan pertama bertujuan mengidentifikasi seberapa puasnya pelanggan. Dalam lingkup organisasi atau perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kualitas produk dan kinerja pelayanan yang efektif bisa menjadi pengaruh didalam memperbaiki kepuasan pelanggan. Definisi kualitas



pelayanan menurut [1], kualitas pelayanan merupakan aktivitas ekonomi yang melibatkan waktu, tempat, form dan kegunaan psikologis. Atau dengan kata lain kualitas pelayanan adalah persepsi konsumen terhadap keunggulan suatu layanan. Terdapat perbedaan mendasar antara karakteristik jasa atau layanan dengan produk dalam bentuk barang.

Berdasarkan data yang didapat dari kotak saran restoran dan google maps per tanggal 1 Januari 2021, sudah ada lebih dari 40 lebih responden memberikan ulasan mereka, dan perusahaan mendapat rata-rata nilai buruk yaitu 31% dimana pihak manajemen berharap komplain tidak lebih dari 5% perihal layanan yang tersedia. Beberapa keluhan yang sering diutarakan konsumen di kolom ulasan ialah antara lain, mengeluhkan kebersihan area restoran, mengeluhkan kurangnya perhatian kepada pelanggan, mengeluhkan koki kurang cekatan dalam memasak mengeluhkan petugas kurang ramah dan kurang responsif terhadap konsumen. Meskipun nilai yang didapat sudah cukup baik, namun perusahaan harus tetap melakukan pengukuran atau analisa tingkat kepuasan pelanggan secara langsung karena selama ini perusahaan belum pernah melakukan hal tersebut. Terlebih lagi, setiap harinya tempat ini tidak pernah sepi dari para konsumen, perusahaan harus tetap mencari tahu apakah para konsumen mereka sudah puas dengan pelayanan yang telah mereka berikan selama ini. Jika suatu hari nanti ada perusahaan pesaing yang sejenis berdiri di dekat tempat mereka, tentunya hal itu akan sangat menjadi permasalahan serius nantinya.

Tabel 1. Keluhan Pelanggan

Tahun	Banyaknya Keluhan	Ulasan Kualitas Layanan
2018	25	Kerapihan dan Kebersihan
	42	Responsif Terhadap Pelanggan
	14	Rasa Makanan yang Berubah
	4	Tata letak dan fasilitas
Total	85	
2019	45	Kerapihan dan Kebersihan
	53	Responsif Terhadap Pelanggan
	19	Rasa Makanan yang Berubah
	3	Tata letak dan fasilitas
Total	120	
2020	72	Kerapihan dan Kebersihan
	67	Responsif Terhadap Pelanggan
	25	Rasa Makanan yang Berubah
	4	Tata letak fasilitas
Total	168	
Total	373	

2. Kajian Pustaka dan Dasar Teori

2.1 Kualitas Layanan

Menurut [2], Kualitas layanan sebagai perbedaan antara mendefinisikan kualitas layanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh pembeda antara harapan dan kenyataan semua konsumen atas pelayanan yang sudah mereka peroleh. kualitas layanan adalah suatu wujud tanggapan prespektif pelanggan kepada tingkat pelayanan yang terapkan (*perceived service*) dengan agregat layanan yang diinginkan (*expected value*).

Menurut [6], Menyatakan kualitas layanan dapat dilihat dari lima dimensi sebagai berikut:

1. Bukti langsung (*tangibles*) adalah kemampuan sebuah perusahaan penyedia jasa didalam menampilkannya eksistensinya terhadap semua pihak eksternal.



2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan penyedia jasa agar memberi pelayanan sesuai janji yang diberikan dengan akurat dan tepercaya.
3. Ketanggapan (*responsiveness*) adalah kebijakan dimana membantu maupun memberi layanan yang tanggap (*responsive*) ataupun tepat terhadap konsumen dengan menyampaikan informasi yang sangat jelas.
4. Jaminan (*assurance*) merupakan aspek norma sopan santun dan kemampuan pekerja penyedia jasa agar tumbuh kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
5. (*Empaty*) merupakan memberi perhatian tulus dan bersifat individual yang diberikan pada konsumen dengan berusaha mengerti keinginan pelanggan

2.2 IPA (Importance Performance Analysis)

Menurut [3], Pengertian kualitas ialah rating kelebihan yang dibutuhkan dan kendali atas tingkat keunggulan tersebut untuk mencapai harapan pelanggan kualitas pelayanan tertuju untuk upaya memenuhi permintaan dan harapan pelanggan serta ketepatan menyampaikan guna mengimbangi harapan konsumen.

Menurut [7], Agar mendapat pemahaman tentang kualitas jasa, maka harus perlu memahami beberapa atribut yang sangat berpengaruh untuk desain program pemasaran jasa antara lain:

1. Jasa tidak terwujud (*intangibility*), yaitu jasa yang tak bisa dilihat, dirasa, dipegang, di dengar sebelum membeli jasa tersebut.
2. Jasa tidak terpisah (*inseparability*), yaitu jasa yang tak bisa dipisah dari penyedia, tidak memperdulikan mungkinkah penyedia jasa itu orang atau mesin dikarenakan turut hadir saat jasa itu diproduksi,
3. Bervarian (*variability*), waktu, tempat, dan cara adalah variasi yang bisa mempengaruhi baik buruknya jasa tersebut .
4. Bisa musnah (*perishability*), adalah jasa yang tak bisa tersimpan guna dijual maupun dipakai waktu yang akan datang dijual maupun dipakai waktu yang akan datang.

2.3 QFD (Quality Function Deployment)

Menurut [9], QFD (*Quality Function Deployment*) adalah metode yang mempunyai fungsi guna mengidentifikasi skala *priority* utama didalam kebutuhan maupun harapan konsumen guna ketetapan standarisasi pelayanan. Penelitian ini diharapkan untuk upaya mengembangkan restoran sepadan dengan kebutuhan pasar. Metode yang dipakai pada penelitian ini adalah metode QFD (*Quality Function Deployment*) guna mengembangkan Objek sesuai keinginan pasar guna mengembangkan sebuah produk. Data dalam penelitian ini didapat dari hasil survei pada 100 orang pelanggan. maka hasil survei tersebut diharapkan mendapat saran dari pelanggan tentang harapan pelanggan. Pelanggan yang menjadi responden mencakup beberapa bagian Implementasi QFD dalam pengembangan aplikasinya secara umum dibagi dalam enam tahap [8] yaitu :

1. *Voice of Customer* (VOC), daftar dari suara pelanggan dari kebutuhan dan harapan konsumen. terhadap VOC didapatkan melalui penyebaran kuisioner pada konsumen memakai metode SERVQUAL.
2. *Technical Response*, daftar tanggapan pihak staff yang relevan dari hasil *voice of customer*. Dalam hal ini digunakan oleh pihak staff tentang respon apa yang bisa diimplementasikan agar terpenuhinya keinginan konsumen.
3. *Relationship Matrix*, Matrik ini digambarkan pandangan tim QFD perihal hubungan VOC maupun respon teknis. Ukuran yang banyak dipakai didalam matrik ini digambarkan menggunakan simbolis.



4. *Planning Matrix*, matriks ini menggambarkan sesuatu yang dirasa konsumen pada VOC. Dimana berisi *importance to customer, improvement ratio, sales point, target value, raw weight, dan normalized raw weight*.
5. Korelasi teknis (*technical correlation*), digunakan untuk analisa pengaruh diantara macam-macam tanggapan teknis, didukung ataupun tidak.
6. Matriks teknis (*technical matrix*), bertujuan agar yang ingin dicapai kepada setiap respon teknis. Matrix bisa diterapkan pihak staff yang lebih paham kemampuan perusahaan agar menggapai tujuan utamanya.

2.4 SERVQUAL (Service Quality)

Menurut [5], kualitas layanan (*service quality*) adalah konsepsi yang abstrak dan sulit dimengerti, karena kualitas layanan memiliki karakter yang tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak bisa tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa ada secara bersamaan (*inseparability*) Adapun dimensi kualitas yaitu :

1. Bukti Fisik (*tangibles*) adalah meliputi fasilitas fisik, kelengkapan pegawai dan alat komunikasi. Hal ini bias berarti penampilan fasilitas fisik, seperti bangunan ataupun kantor staff.
2. Keandalan (*reliability*) keahlian memberi layanan yang dijanjikan dengan cara yang, akurat dan sangat puas. Yang artinya perusahaan memberi jasa dengan tepat sejak saat pertama kali (*right the first time*).
3. Daya tanggap (*responsiveness*) harapan semua manajemen supaya membantu terhadap pelanggan dan melakukan layanan dengan tanggap. Sikap tanggap bisa berarti respon ataupun kesiagapan pegawai didalam melayani konsumen
4. Jaminan (*assurance*) adalah meliputi pengetahuan, kemampuan, sopan santun, dan sikap bisa dipercayai yang dimiliki semua pegawai, aman terhadap bahaya, resiko ataupun ragu ragu.
5. Empati (*empathy*) adalah kemudahan didalam menjalankan hubungan, komunikasi yang bagus, perhatian, dan paham kebutuhan para pelanggan.

3. Metode Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan tahap dalam kegiatan penelitian seperti berikut:

1. Survei pendahuluan, Langkah pertama dalam proses pengambilan data yakni melakukan survei lokasi, mencari permasalahan di perusahaan tersebut.
2. Metode wawancara, ialah langkah mengumpulkan data informasi dengan melakukan sesi tanya jawab langsung terhadap pihak terkait perusahaan untuk menentukan kriteria-kriteria apa saja yang berpengaruh dan berperan untuk pencapaian dari tujuan penelitian ini.
3. Observasi, pengumpulan data melalui langkah mencatat dan pengamatan secara langsung gejala-gejala sistematis objek yang akan diamati. Cara penelitian kali ini yaitu survei penelitian dengan cara menggunakan kuesioner sebagai indikator pengumpulan data-datanya.
4. Studi pustaka, Merupakan metode mengumpulkan data berdasarkan pustaka yang berhubungan dengan kriteria-kriteria metode yang akan digunakan, adapun metode yang akan digunakan yaitu, metode SERVQUAL, IPA dan metode QFD.

4. Hasil dan Pembahasan

Berikut adalah atribut-atribut kuesioner yang akan dimasukkan dalam daftar pertanyaan kuesioner konsumen restoran:



Tabel 2 . Atribut kuesioner

No	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan
1	TA1	Kenyamanan restoran
2	TA2	Lokasi yang mudah ditemukan
3	TA3	Dekorasi ruang yang menarik
4	TA4	Kerapihan penampilan karyawan
5	TA5	Kelengkapan peralatan makan
6	RL6	Kecepatan penyajian makanan
7	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman
8	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh
9	RL9	Kesesuaian daftar menu dengan menu yang tersedia
10	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan
11	RS11	Waktu tunggu mengantri
12	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan
13	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh
14	RS14	Karyawan mampu memberikan penjelasan mengenai menu
15	RS15	Kecepatan koki dalam memasak
16	AS16	Merasa aman berada dilingkungan restoran
17	AS17	Jaminan kebersihan dan kesegaran makanan
18	AS18	Jaminan penggantian jika menu tidak sesuai
19	AS19	Jaminan rasa makanan dan kehalalan makanan
20	AS20	Jaminan kesesuaian harga tertulis dan kenyataan pada kasir
21	EM21	Komunikasi yang terjalin antar karyawan dan konsumen
22	EM22	Kesesuaian jam kerja
23	EM23	Memberikan pelayanan tanpa memandang status social
24	EM24	Kesungguhan merespon keinginan konsumen.
25	EM25	Mengingatkan dan menawarkan produk selain yang dibelanja

Pengolahan data analisis gap dilakukan berdasarkan atribut-atribut pelayanan untuk mengetahui akibat kesenjangan, terhadap perhitungan bobot kepentingan dan perhitungan pada gap :

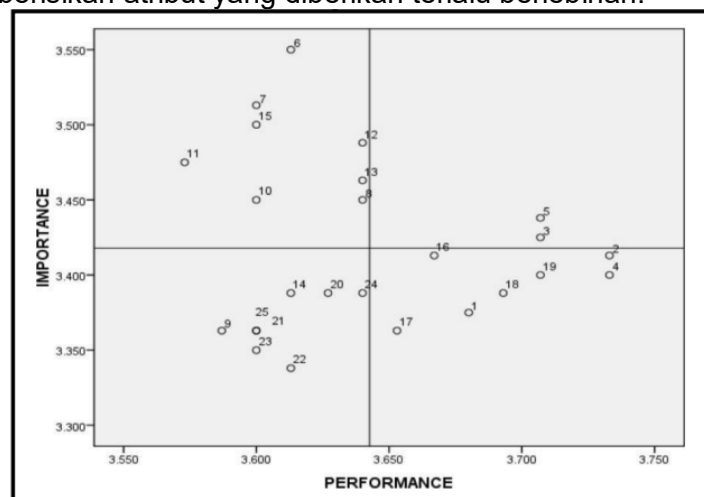
Tabel 3. Hasil Gap SERVQUAL (*Service Quality*)

No.	Variabel Pelayanan	Kinerja	Harapan	GAP (K - H)
1	TA1	3,680	3,600	0,080
2	TA2	3,733	3,640	0,093
3	TA3	3,707	3,653	0,054
4	TA4	3,733	3,627	0,106



5	TA5	3,707	3,667	0,040
6	RL6	3,613	3,787	-0,174
7	RL7	3,600	3,747	-0,147
8	RL8	3,640	3,680	-0,040
9	RL9	3,587	3,587	0,000
10	RL10	3,600	3,680	-0,080
11	RS11	3,573	3,707	-0,134
12	RS12	3,640	3,720	-0,080
13	RS13	3,640	3,693	-0,053
14	RS14	3,613	3,613	0,000
15	RS15	3,600	3,733	-0,133
16	AS16	3,667	3,640	0,027
17	AS17	3,653	3,587	0,066
18	AS18	3,693	3,613	0,080
19	AS19	3,707	3,627	0,080
20	AS20	3,627	3,613	0,014
21	EM21	3,600	3,587	0,013
22	EM22	3,613	3,560	0,053
23	EM23	3,600	3,573	0,027
24	EM24	3,640	3,613	0,027
25	EM25	3,600	3,587	0,013

Kemudian kita hitung menggunakan metode IPA (*importance performance analysis*) Pemetaan koordinat diagram kartesius digunakan untuk menyusun matrix yang terdiri dari 4 kuadran. Kuadran pertama merupakan prioritas utama untuk ditingkatkan, kuadran kedua kinerja harus dipertahankan, kuadran ketiga tidak terlalu penting bagi pelanggan dan juga prioritasnya juga dianggap rendah untuk ditingkatkan, sedangkan kuadran keempat berisikan atribut yang diberikan terlalu berlebihan.



Gambar 1. Diagram kartesius

Setelah kita mengetahui letak permasalahan maka kita lakukan perbaikan dengan metode QFD (*Quality Function Development*) dengan cara membuat *customer needs* dan kita hubungkan ke dalam *technical responses*.



Tabel 4. Hasil *Customer Needs and Technical Responses*:

No	<i>Customer Needs</i>	<i>Technical Respon</i>
1	Menjaga kecepatan dan kualitas servis pada jam ramai	Pengembangan kemampuan semua karyawan
		Pemilihan bahan baku, alat memasak dan perlengkapan yang tepat
2	Setiap karyawan menerapkan 3S kepada pelanggan yaitu budaya senyum, salam dan sapa.	Menumbuhkan rasa aman dan nyaman restoran
		Menumbuhkan rasa empati, kesopanan, rasa tanggungjawab dan disiplin
3	Sistematika pelayanan dimulai dari masuknya pelanggan ke outlet sampai pada diterimanya pesanan dimeja diatur sesuai dengan prosedur pelayanan yang ada	Menjaga kebersihan kerapihan dan estetika restoran
		Pengembangan kemampuan semua karyawan
4	Pembayaran dilakukan diakhir, setelah pelanggan menerima dan mendapatkan pelayanan, pembayaran dilakukan sesuai dengan prosedur yang ada.	Penataan area dan fasilitas yang bagus
5	Setiap produk yang akan dijual melalui uji coba sehingga standar produk dan rasanya tidak berubah	Pemilihan bahan baku, alat memasak dan perlengkapan yang tepat
		Mempertahankan resep makanan dan minuman
6	Asisten juru masak, koki maupun koki eksekutif mampu bertukar posisi dalam keadaan apapun	Pengembangan kemampuan semua karyawan
7	Kecepatan koki, kasir dan pelayan selalu tepat waktu dalam menangani bidangnya masing-masing	Pengembangan kemampuan semua karyawan
		Penataan area dan fasilitas yang bagus
8	Respon yang baik terhadap keluhan semua pelanggan	Menumbuhkan rasa aman dan nyaman restoran
		Menumbuhkan rasa empati, kesopanan, rasa tanggungjawab dan disiplin

Setelah kita gabungkan *customer needs and technical responses* selanjutnya kita hitung *Importance to Customer (ITC)*, *Customer Satisfaction Performance (CSP)*, *Improvement Ratio* dan *Raw Weight (RW)* dan *Normalized Raw Weight (NRW)* maka didapatkan hasil :

a. *Importance to Customer (ITC)*

Tabel 5. Hasil *Importance to Customer (ITC)*

No.	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan	<i>Importance to Cust</i>
1	RL6	Kecepatan penyajian makanan	3,787
2	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman	3,747



3	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh	3,680
4	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan	3,680
5	RS11	Waktu tunggu mengantri	3,707
6	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan	3,720
7	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh	3,693
8	RS15	Kecepatan koki dalam memasak	3,733

b. *Customer Satisfaction Performance (CSP)*

Tabel 6. Hasil *Customer Satisfaction Performance (CSP)*

No.	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan	<i>Customer Satisfaction Performanc</i>
1	RL6	Kecepatan penyajian makanan	3,613
2	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman	3,600
3	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh	3,640
4	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan	3,600
5	RS11	Waktu tunggu mengantri	3,573
6	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan	3,640
7	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh	3,640
8	RS15	Kecepatan koki dalam memasak	3,600

c. *Improvement Ratio*

Tabel 7. Hasil *Improvement Ratio*

No.	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan	<i>Improvement Ratio</i>
1	RL6	Kecepatan penyajian makanan	1,107
2	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman	1,111
3	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh	1,099
4	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan	1,111
5	RS11	Waktu tunggu mengantri	1,119
6	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan	1,099
7	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh	1,099
8	RS15	Kecepatan koki dalam memasak	1,111

Nilai *raw weight* menunjukkan seberapa besar perbaikan produk atau pelayanan yang harus dilakukan. Perbaikan yang akan dilakukan didapat dari berdasarkan kepentingannya bagi pelanggan (*Importance to Customer*), rasio peningkatan (*Improvement Ratio*) yang ditetapkan oleh tim pengembangan, dantitik poin penjualan (*Sales Point*) yang ditentukan oleh tim pengembangan.



d. *Raw Weight (RW) dan Normalized Raw Weight (NRW)*

Tabel 8. Hasil *Raw Weight (RW) dan Normalized Raw Weight (NRW)*

No.	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1	RL6	Kecepatan penyajian makanan	4,192	0,096
2	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman	4,996	0,115
3	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh	4,853	0,111
4	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan	6,133	0,141
5	RS11	Waktu tunggu mengantri	6,224	0,143
6	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan	6,132	0,141
7	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh	4,870	0,112
8	RS15	Kecepatan koki dalam memasak	6,222	0,143
<i>Total Raw Weight</i>			43,622	

Agar kompetitif, tim pengembangan harus memahami persaingan. Ini mungkin terdengar sederhana, tetapi banyak tim pengembangan tidak mempelajari persaingan mereka dengan sangat hati-hati. Berikut merupakan perbandingan kepuasan kinerja dari restoran kartikasari dengan restoran gempol asri dan kita gabungkan semua pengolahan data metode QFD (*Quality Function Development*) kedalam HOQ (*House of Quality*).

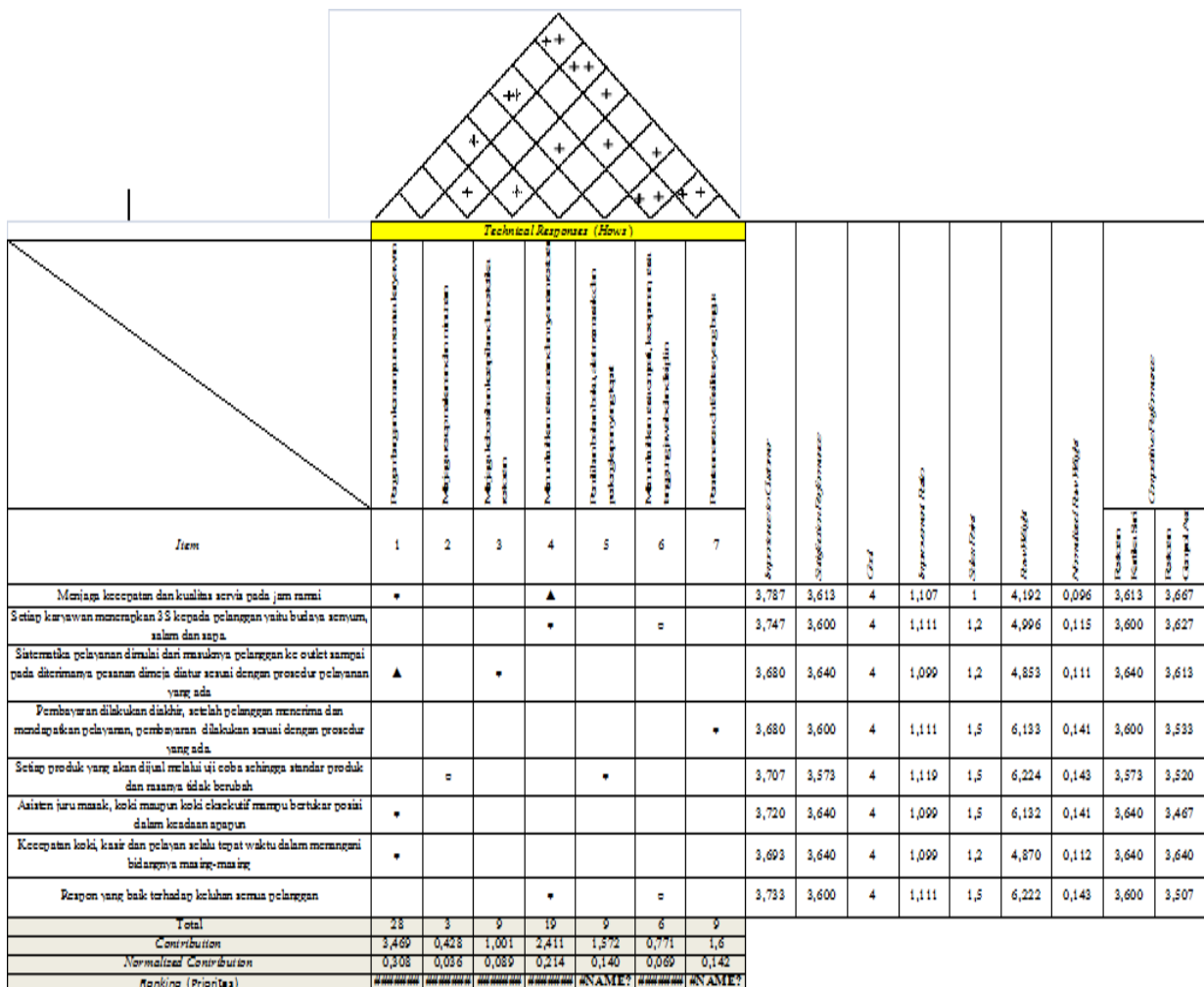
e. *Competitive Satisfaction Performance*

Tabel 9. Hasil *Competitive Satisfaction Performance*

No.	Variabel Pelayanan	Atribut Pelayanan	Restoran Kartikasari	Restoran Gempol Asri
1	RL6	Kecepatan penyajian makanan	3,613	3,667
2	RL7	Kemampuan dalam mengolah makanan dan minuman	3,600	3,627
3	RL8	Memberikan perhatian jika tempat penuh	3,640	3,613
4	RL10	Kemampuan tukar menukar posisi antara koki dan pelayan	3,600	3,533
5	RS11	Waktu tunggu mengantri	3,573	3,520
6	RS12	Waktu tunggu menerima pesanan	3,640	3,467
7	RS13	Cepat tanggap ketika tempat penuh	3,640	3,640
8	RS15	Kecepatan koki dalam memasak	3,600	3,507



f. HOQ (House Off Quality)



Gambar 2. HOQ (House Off Quality)

5. Kesimpulan

Gap SERVQUAL berisi atribut RL 06, RL 07, RL 08, RL10, RS 11, RS 12, RS 13, RS 15, atribut diatas menunjukkan bahwa ada kesenjangan antara pelanggan dengan pihak penyedia jasa, Atribut yang berada di kuadran 1 (*Concentrate These*) atau prioritas utama, dan di kuadran 3 (*Low Priority*) atau prioritas rendah, belum dapat memberikan kinerja pelayanan yang baik bagi pelanggan, sehingga perlu ditingkatkan kinerja pelayanannya agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Adapun atributnya yaitu, dikuadran 1 terdapat atribut RL 06, RL 07, RL 08, RL10, RS 11, RS12, RS13, dan RS 15, Sedangkan di kuadran 3 terdapat atribut RL 09, RS 14, AS 20, EM 21, EM 22, EM 23, EM 24, dan EM 25 dan dengan menggunakan metode QFD, perbaikan yang dapat dilakukan berpedoman pada prioritas (*ranking*) respon teknis mulai dari nilai terbesar sampai yang tekecil yaitu dengan cara :

1. Pengembangan kemampuan semua karyawan.
2. Menjaga resep makanan dan minuman.
3. Menjaga kebersihan kerapian dan estetika restoran.
4. Menumbuhkan rasa aman dan nyaman restoran.
5. Pemilihan bahan baku, alat memasak dan perlengkapan yang tepat.
6. Menumbuhkan rasa empati, kesopanan, rasa tanggung jawab dan disiplin.
7. Penataan area dan fasilitas yang bagus.



6. Daftar Pustaka

- [1] Absor Tb, Winarno H. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (SERVQUAL) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*. 2018; Vol. 1 No. 2.
- [2] Anggraeni M. Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD). *Reka Integra*. 2013;1 (2). pp. 159–169.
- [3] Rina A, Qomariah N, Santoso B. Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember”. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*. 2017; Vol. 7 No. 2 Hal. 137-156.
- [4] Prihastuti E, Komariyah K, Purwanti S. Restoran. Jakarta: Direktorat Jenderal Manajemen Pendidikan Dasar Dan Menengah. 2008.
- [5] Michelle H, Sanjaya L, Pratiwi J, Yosephine K. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Restoran Cepat Saji (Restoran X) dengan Metode Service Quality. Program Studi Teknik Industri Universitas Kristen Petra Surabaya, Indonesia. 2017; Vol: 18 Halaman: 65–74.
- [6] Indrajaya, D. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Import Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada UKM Gallery. Universitas Indraprasta PGRI. 2018; Vol. 2 No. 3. Hal. 1-6.
- [7] Alfatiyah R. Analisis Kualitas Jasa Periklanan Dengan Kombinasi Metode Servqual Dan Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Teknik Industri Universitas Pamulang. 2018; Vol.1 Nomor 1.
- [8] Widodo dkk. Desain Ulang Produk Temoat Tissue Multifungsi Dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment. Universitas Sumatera Utara. Fakultas Teknik. Departemen Teknik Industri. 2017; Vol. 19 No.2. Hal. 1-9.
- [9] Muhammad Z, Azzahroh EP. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. Program Studi Ekonomi dan Perbankan Perbankan Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. 2017; Vol. 3, No. 1.
- [10] Zuraidah E. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Servqual (Service Quality). Program Studi Sistem Informasi – STMIK Nusa Mandiri. 2018; Vol. 5 No.1