

## **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN CV DONATTOUR BY MITARASA MENGUNAKAN METODE (SERVQUAL) DAN METODE ANALISIS KINERJA (IPA)**

### **CV DONATTOUR BY MITARASA CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS USING THE (SERVQUAL) METHOD AND PERFORMANCE ANALYSIS METHOD (IPA)**

**Roihatus Miskiyah<sup>1</sup>, Hidayat<sup>2</sup>, Yanuar Pandu Negoro<sup>3</sup>**

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

[Roihatusmiskiyah@gmail.com](mailto:Roihatusmiskiyah@gmail.com), [hidayat@umg.ac.id](mailto:hidayat@umg.ac.id), [yanuar.pandu@umg.ac.id](mailto:yanuar.pandu@umg.ac.id)

#### **ABSTRACT**

*Competition between companies is getting tighter today. Brands have an important role and become the most valuable asset of the company. Brands can allegedly play a role in increasing product competitiveness by creating a special image that generates certain associations in the minds of consumers. The purpose of this study is to assess the level of customer satisfaction of CV Donatour and find out if there is a significant difference between customer perception and expectations in each dimension. To improve the quality of service, the researcher conducted research with the Servqual - IPA service quality approach. Data was collected through questionnaires. The data was analyzed using the Servqual and (IPA) methods. The questionnaire includes twenty-two quality attributes grouped into five dimensions. IPA is used to give priority to service quality attributes. The Servqual method found that there was a negative gap that indicated that the service was not optimal. It is hoped that the results of this research can be useful to company management in improving service quality.*

**Keywords:**

#### **ABSTRAK**

Persaingan antar perusahaan semakin ketat saat ini. Merk memiliki peran penting dan menjadi asset perusahaan yang paling berharga. Merek diduga bisa berperan dalam meningkatkan saing produk dengan menciptakan citra khusus yang menghasilkan asosiasi tertentu pada pikiran konsumen. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan CV Donatour dan untuk melihat apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan pelanggan dalam setiap dimensi. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, peneliti melakukan penelitian dengan pendekatan kualitas layanan Servqual - IPA. Data dikumpulkan melalui kuisioner. Data dianalisis menggunakan metode Servqual dan (IPA). Kuisioner ini mencakup dua puluh dua atribut kualitas yang dikelompokkan ke dalam lima dimensi. IPA digunakan untuk memberikan prioritas pada atribut kualitas layanan. Metode Servqual menemukan adanya kesenjangan negatif yang menunjukkan pelayanan kurang optimal. Harapannya, hasil dari penelitian ini agar dapat bermanfaat kepada manajemen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

**Kata Kunci:** *kepuasan pelanggan, Service Quality, Impormance analysis*

#### **PENDAHULUAN**

Kualitas pelayanan dianggap penting untuk sukses memasarkan produk di pasar saat ini. Bisnis harus menyediakan layanan yang dapat dirasakan oleh pelanggan dan sesuai atau melampaui harapan Mendorong interaksi positif antar pelanggan. (Santya et al, 2015).

Donatour berlokasi di Perumahan Bhakti Pertiwi, Jalan Kerapu Barat 6, Kabupaten Gresik. Perusahaan ini didirikan pada tahun 2020 dan 9

orang karyawan dan beroperasi mulai dari pukul 08:00-20:00 WIB. Menu yang disediakan sangat beragam, berbeda dengan donat pada umumnya, donatour menawarkan menu dengan rasa manis dan asin. Target pasarnya tidak hanya pelajar dan pekerja, namun untuk perayaan dan acara peringatan, sponsor seringkali menjadi pelanggan. Untuk mengalahkannya persaingan yang sangat ketat (Wibowo dan Mei, 2015).

Manajemen kuliner, yang telah didirikan selama empat tahun, saat ini sedang melakukan penilaian praktik manajemen bisnis sehubungan dengan pengungkapan yang berasal dari keluhan pelanggan dilaporkan secara lisan, dan juga melalui berbagai platform medsos. Keluhan customer mencakup contoh donat yang sering ditemukan rusak atau tidak teratur, ruang tunggu yang tidak memadai, dan kurangnya fasilitas parkir untuk kendaraan, sehingga menimbulkan tantangan bagi pelanggan yang menggunakan mobil yang mengalami kesulitan dalam mengamankan parkir karena tidak adanya tempat parkir yang ditunjuk. Jika pemilik menunjukkan ketidakpedulian terhadap kualitas layanan di tengah sejumlah besar keluhan, industri kuliner yang sangat kompetitif memberi pelanggan kesempatan untuk beralih ke perusahaan lain yang menawarkan layanan serupa. (Dharmawan & Wurjaningrum, 2014). Suatu layanan secara khas adalah penawaran tidak berwujud, mencakup keterampilan, waktu, atau kegiatan yang dapat diperoleh, dan juga dapat dilihat sebagai aktivitas yang diberikan oleh satu entitas ke entitas lain yang tidak berwujud di alam, Seperti yang diartikulasikan oleh Armstrong (2001). Kepuasan pelanggan dicapai evaluasi layanan sesuai dengan kesesuaiannya. Ketika kinerja layanan selaras dengan atau melampaui harapan konsumen, kepuasan dialami; sebaliknya, jika kinerja layanan kurang dari harapan ini, kekecewaan terjadi. Kaliber layanan yang diberikan dan manajemen hubungan pelanggan yang mahir secara signifikan mempengaruhi konsekuensi psikologis yang terkait dengan pemeliharaan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan Jimanto et al (2014) menjelaskan bahwa ketika nilai ekspektasi setara dengan nilai persepsi, kepuasan konsumen tercapai. Selanjutnya, jika nilai ekspektasi kurang dari nilai persepsi, konsumen mengalami tingkat kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, jika nilai ekspektasi melebihi nilai persepsi, konsumen mengalami ketidakpuasan. Servqual berfungsi sebagai instrumen metodologis untuk menilai harapan pelanggan, persepsi pelanggan, dan perbedaan antara penyedia layanan dan konsumen (Yanottama et al 2020).

Menurut Fornell, seperti yang dikutip oleh Rizko (2016). Kepuasan pelanggan adalah respons positif atau negatif dari pelanggan terhadap perbedaan antara kinerja yang mereka alami dan harapan mereka (Rangkuti, 2002). Kualitas produk atau jasa yang diberikan mempengaruhi kepuasan pelanggan

dan menjadi prioritas perusahaan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Kepuasan pelanggan biasanya tercapai saat kinerja dan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk memberikan gambaran tentang masalah sponsor saat ini dan situasi operasional, tim peneliti melakukan penelitian dengan metode integrasi Servqual - IPA guna meningkatkan kualitas layanan secara tepat. Metode ilmu alam dipilih dalam penelitian ini karena dapat diterapkan pada perusahaan manufaktur dan jasa. Metodologi IPA memiliki kemampuan merencanakan strategi, operasional dan layanan pelanggan serta menerapkan alat kuantitatif yang terukur untuk meningkatkan kualitas bisnis.

**Tabel 1.** Data Data Complain pelanggan

| No     | Complain Pelanggan           | Jumlah |
|--------|------------------------------|--------|
| 1.     | Packging yang kurang aman    | 13     |
| 2.     | Pengisian selai tidak merata | 5      |
| 3.     | Tempatnya sempit             | 7      |
| Jumlah |                              | 25     |

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara pelanggan (2024)

**Tabel 2.** Data Apresiasi pelanggan

| No     | Apresiasi Pelanggan                         | Jumlah |
|--------|---|--------|
| 1.     | Donat yang lezat dan empuk                  | 17     |
| 2.     | Menjelaskan informasi produk dengan jelas   | 2      |
| 3.     | Membantu konsumen yang bingung saat memesan | 3      |
| 4.     | Staff selalu senyum, sapa, dan santun       | 9      |
| Jumlah |   | 31     |

Sumber: Hasil Observasi dan Wawancara pelanggan (2024)

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei terhadap pelanggan CV Donatour di Gresik. Data yang digunakan adalah data kuantitatif dari jawaban responden variabel kualitas pada CV Donatour By Mitarasa Gresik.

### 1. Penyebaran Kuisiонер

Setelah memperoleh data hasil distribusi menggunakan kuisiонер tertutup skala Likert,

peneliti merangkum data yang dikumpulkan dari jawaban responden dan mengacu pada penelitian sebelumnya.

## 2. Uji Validitas

Kemudian Yang akan dilaksanakan sesudah pengumpulan data ialah melakukan uji validitas. Uji ini bertujuan untuk memastikan keakuratan dan kevalidan data yang dikumpulkan, serta menilai apakah data tersebut layak untuk digunakan dalam penelitian dan pengukuran objek yang akan diteliti. Kuisisioner sebanyak 25 telah dikirim kepada para pelanggan. Setelah disebar, uji validitas dilaksanakan dengan membandingkan rhitung dan rtabel. Berikut ialah rumus uji validitas:

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variable X dan variabel Y.
- $\sum xy$  = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y.
- $\sum x^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai X.
- $\sum y^2$  = Jumlah dari kuadrat nilai Y.
- $(\sum x)^2$  = Jumlah X nilai kemudian dikuadratkan.
- $(\sum y)^2$  = Jumlah Y nilai kemudian dikuadratkan.

## 3. Uji Reliabilitas

Data reliabel ialah data yang menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari semua tribut yang diamati. Dipergunakan uji reliabilitas supaya diketahui data yang dikumpulkan bebas dari variasi kesalahan acak. Berikut rumus uji reliabilitas:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- $r$  = Nilai Reliabilitas
- $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item pernyataan
- $\sigma_t^2$  = Varian total
- $k$  = Jumlah item pernyataan

## 4. Analisis GAP

Pengendalian tingkat keunggulan, penting untuk mempertahankan nilai positif dari sudut pandang pelanggan, agar diukur menggunakan tingkat kepuasan pelanggan. Melakukan analisis kualitas, bisa menciptakan kesenjangan. Hasil analisis dapat digunakan sebagai evaluasi untuk perbaikan di area yang masih memiliki kesenjangan, meningkatkan kualitas yang berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Define

#### 1. Desain Kuisisioner

Kuesioner terdiri dari 5 dimensi. Setiap dimensi dijawab secara esai oleh responden. Kuesioner ini ialah kuesioner tertutup yang

menggunakan skala Likert (Simarmata dkk, 2018). Identifikasi pertanyaan pada setiap aspek menggunakan skala Likert. Variabel pencarian ini mencakup pertanyaan terbuka dan kutipan dari beberapa penilaian sebelumnya seperti reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan berwujud (Gamindrajauhari & Lubis, 2020)

**Tabel 3** berisi 34 atribut beserta penjelasannya.

| Dimensi                        | Atribut | Unit  |
|--------------------------------|---------|---|
| Reliabiliti<br>(Keandalan)     | R1      | Kesiapan karyawan dalam melayani keluhan  |
|                                | R2      | Kecepatan pelayanan dan penyajian (Sulthon & Samanhudi, 2020)                       |
|                                | R3      | Ketepatan menu yang disajikan dengan pesanan (Sulthon & Samanhudi, 2020)            |
|                                | R4      | Kemudahan pembayaran menggunakan aplikasi atau kartu (Sulthon & Samanhudi, 2020)    |
|                                | R5      | Kelengkapan peralatan mesin pembuatan donat   |
|                                | R6      | Rasa donat yang konsisten   |
|                                | R7      | Harga yang ditawarkan cukup terjangkau (Jufriyanto, 2020)                           |
| Responsivene<br>(Daya Tanggap) | RS1     | Cepat tanggap mengatasi keluhan (ilham, 2022)                                       |
|                                | RS2     | Memberikan informasi produk yang jelas  |
|                                | RS3     | Merekomendasikan menu yang best seller atau yang sering dicari orang                |
|                                | RS4     | Kesabaran dan keuletan karyawan dalam melayani konsumen (Sulthon & Samanhudi, 2020) |
|                                | RS5     | Kecepatan proses pembayaran (Yanottama et al., 2020)                                |
| Assurance<br>(Jaminan)         | A1      | Jaminan kualitas produk selalu diperhatikan (ilham, 2022)                           |
|                                | A2      | Karyawan ramah terhadap konsumen  |
|                                | A3      | Pengetahuan karyawan terhadap menu yang disediakan (Sulthon & Samanhudi, 2020)      |
|                                | A4      | Jam buka mulai pukul 08.00-20.00 WIB merupakan waktu yang nyaman (Sulthon &         |

|                               |    |   |
|-------------------------------|----|---|
|                               | A5 | Samanhudi, 2020)<br>Keamanan tempat yang disediakan (Yanottama et al., 2020)                    |
|                               | A6 | Tersedianya aturan selama berada distore (Jufriyanto, 2020)                                     |
| <i>Empaty</i><br>(Empati)     | E1 | Mau menerima saran dan kritik (ilham, 2022)   |
|                               | E2 | Sikap dan kepedulian karyawan kepada pelanggan baik dan responsive dalam melayani (Narto, 2019) |
|                               | E3 | Pelayanan kepada konsumen tidak memandang status social (Yanottama et al., 2020)                |
|                               | E4 | Membantu konsumen yang kebingungan dalam melakukan pemesanan (Yanottama et al., 2020)           |
|                               | E4 | Tersedianya tatacara dalam pengaduan complain (Jufriyanto, 2020)                                |
|                               | E5 | Karyawan selalu memberikan sikap senyum,sapa, dan santun (Narto, 2019)                          |
| <i>Tangible</i><br>(Tampilan) | T1 | Tempat duduk yang memadai (ilham, 2022)   |
|                               | T2 | Tempat parkir yang luas (ilham, 2022)   |
|                               | T3 | Sirkulasi udara yang baik (ilham, 2022)   |
|                               | T4 | Tempat yang lebih luas (ilham, 2022)  |
|                               | T5 | Tempat charger yang memadai (ilham, 2022)   |
|                               | T6 | Penampilan menu yang disajikan menarik (Sulthon & Samanhudi, 2020)                              |
|                               | T7 | Kenyamanan dan kebersihan tempat (Sulthon & Samanhudi, 2020)                                    |
|                               | T8 | Kerapian karyawan dalam berpenampilan (Sulthon &  |

|  |     |  |
|--|-----|--|
|  | T9  | Samanhudi, 2020)<br>Tersedian jenis topping yang lengkap |
|  | T10 | Penerangan ruangan yang cukup (Narto, 2019)              |

Beberapa pertanyaan penelitian sebelumnya tidak ada jawabannya,, dari segi reliabilitas ada satu pertanyaan yang hasil pertanyaan terbuka, ialah penyusunan pertanyaan. karyawan sebelum menanggapi pelanggan. Keluhan Ada 2 soal pembagian. Kuesioner tertutup, terutama memastikan pemeliharaan kualitas produk, agen ramah. Terkait empati, salah satu pertanyaan yang muncul dari hasil kuesioner terbuka adalah tingkat kesediaan menerima saran dan kritik. Dengan demikian, dalam desain kuesioner terdapat 5 dimensi dengan jumlah atribut sebanyak 34 atribut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan persamaan Bernoulli, karena CV Donattour mempunyai populasi yang tidak terbatas.

### 3. Uji Validitas Persepsi dan Harapan

Pemeriksaan keabsahan soal dilakukan menggunakan korelasi Pearson, membandingkan r hitung dan rtabel. Skor total adalah total dari semua elemen variabel. Selanjutnya, uji signifikansi dilakukan menggunakan rtabel pada taraf signifikansi 0,05 dan r dihitung  $\geq r$ , elemen dianggap valid. Jika r dihitung  $< r$ , elemen dianggap tidak valid. Karena data dari angket menggunakan skala Likert yang bersifat ordinal.

**Tabel 4** Uji Validitas Tingkat Harapan

| Variabel | r Hitung | Tabel r | Informasi |
|----------|----------|---------|-----------|
| R1       |          | 0,504   | Valid     |
| R2       |          | 0,417   | Valid     |
| R3       |          | 0,392   | Valid     |
| R4       |          | 0,426   | Valid     |
| R5       |          | 0,424   | Valid     |
| R6       |          | 0,364   | Valid     |
| R7       |          | 0,518   | Valid     |
| RS8      |          | 0,627   | Valid     |
| RS9      |          | 0,518   | Valid     |
| RS10     |          | 0,425   | Valid     |
| RS11     |          | 0,364   | Valid     |
| RS12     |          | 0,518   | Valid     |
| A13      |          | 0,425   | Valid     |
| A14      |          | 0,425   | Valid     |
| A15      | 0,361    | 0,364   | Valid     |
| A16      |          | 0,425   | Valid     |

|     |  |       |       |
|-----|--|-------|-------|
| A17 |  | 0,627 | Valid |
| A18 |  | 0,504 | Valid |
| E19 |  | 0,364 | Valid |
| E20 |  | 0,627 | Valid |
| E21 |  | 0,518 | Valid |
| E22 |  | 0,606 | Valid |
| E23 |  | 0,606 | Valid |
| E24 |  | 0,518 | Valid |
| T25 |  | 0,39  | Valid |
| T26 |  | 0,627 | Valid |
| T27 |  | 0,606 | Valid |
| T28 |  | 0,448 | Valid |
| T29 |  | 0,401 | Valid |
| T30 |  | 0,469 | Valid |
| T31 |  | 0,428 | Valid |
| T32 |  | 0,384 | Valid |
| T33 |  | 0,627 | Valid |
| T34 |  | 0,495 | Valid |

|     |  |       |       |
|-----|--|-------|-------|
| E24 |  | 0,410 | Valid |
| T25 |  | 0,404 | Valid |
| T26 |  | 0,503 | Valid |
| T27 |  | 0,465 | Valid |
| T28 |  | 0,465 | Valid |
| T29 |  | 0,431 | Valid |
| T30 |  | 0,456 | Valid |
| T31 |  | 0,627 | Valid |
| T32 |  | 0,604 | Valid |
| T33 |  | 0,364 | Valid |
| T34 |  | 0,627 | Valid |

**Tabel 5** Uji validitas tingkat persepsi

| Variabel | r Hitung | Tabel r | Informasi |
|----------|----------|---------|-----------|
| R1       |          | 0,602   | Valid     |
| R2       |          | 0,468   | Valid     |
| R3       |          | 0,630   | Valid     |
| R4       |          | 0,428   | Valid     |
| R5       |          | 0,539   | Valid     |
| R6       |          | 0,424   | Valid     |
| R7       |          | 0,370   | Valid     |
| RS8      |          | 0,662   | Valid     |
| RS9      |          | 0,581   | Valid     |
| RS10     |          | 0,715   | Valid     |
| RS11     |          | 0,571   | Valid     |
| RS12     |          | 0,757   | Valid     |
| A13      |          | 0,795   | Valid     |
| A14      |          | 0,700   | Valid     |
| A15      | 0,361    | 0,400   | Valid     |
| A16      |          | 0,482   | Valid     |
| A17      |          | 0,503   | Valid     |
| A18      |          | 0,424   | Valid     |
| E19      |          | 0,551   | Valid     |
| E20      |          | 0,432   | Valid     |
| E21      |          | 0,427   | Valid     |
| E22      |          | 0,547   | Valid     |
| E23      |          | 0,451   | Valid     |

#### 4. Uji Reliabilitas

Penelitian ini menilai reliabilitas masing-masing variabel memanfaatkan koefisien alpha Cronbach. Peneliti menggunakan tes Cronbach alpha untuk mendeteksi indikator yang tidak konsisten dengan melakukan uji Cronbach's alpha (Firdaus, 2015).

**Tabel 6.** Uji Reabilitas Persepsi dan Harapan

| Reability Statistics Persepsi |            | Reliability Statistics Harapan |            |
|-------------------------------|------------|--------------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha              | N of Items | Cronbach's Alpha               | N of Items |
| 1,03027                       | 34         | 1,03026                        | 34         |

#### 5. Identifikasi nilai dan harapan yang dirasakan serta kesenjangan antara persepsi dan harapan

Menentukan nilai diharapkan sebagai nilai penting dari atribut kepuasan pelanggan diperoleh dengan mengalikan total skala respon responden dengan nilai skala Likert. Dengan mengumpulkan nilai yang diberikan oleh setiap responden pada skala Likert, jumlah total dapat dihitung dengan menjumlahkan jumlah responden yang memilih setiap nilai. Nilai tersebut kemudian dikalikan dengan rating yang dipilih. Skor kognisi dihitung melalui Microsoft Excel. Dari analisis data kuesioner, terlihat adanya kesenjangan dalam harapan pelanggan terhadap waktu menunggu di layanan CV Donattour By Mitarasa. Kesenjangan tersebut mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan oleh CV Donattour By Mitarasa memiliki sejumlah karakteristik yang tidak memenuhi harapan pelanggan.

**Tabel 7.** Nilai Gap Persepsi dan Harapan

| Atribut | Persepsi | Harapan | Score GAP |
|---------|----------|---------|-----------|
|---------|----------|---------|-----------|

|     |      |      |       |
|-----|------|------|-------|
| R1  | 3,16 | 2,85 | 0,31  |
| R2  | 3,0  | 2,87 | 0,13  |
| R3  | 2,87 | 2,6  | 0,27  |
| R4  | 2,83 | 2,78 | 0,05  |
| R5  | 2,92 | 2,97 | -0,05 |
| R6  | 2,87 | 2,82 | 0,05  |
| R7  | 2,96 | 3,02 | -0,06 |
| RS1 | 2,91 | 2,52 | 0,39  |
| RS2 | 3,96 | 2,98 | 0,98  |
| RS3 | 2,68 | 2,78 | -0,1  |
| RS4 | 2,58 | 2,90 | -0,32 |
| RS5 | 2,55 | 2,93 | -0,38 |
| A1  | 2,49 | 2,55 | -0,06 |
| A2  | 2,52 | 2,57 | -0,05 |
| A3  | 2,50 | 2,32 | 0,18  |
| A4  | 2,52 | 2,46 | 0,06  |
| A5  | 3,48 | 2,91 | 0,57  |
| A6  | 3,39 | 3,25 | 0,14  |
| E1  | 3,28 | 3,24 | 0,04  |
| E2  | 3,25 | 2,78 | 0,47  |
| E3  | 3,27 | 2,68 | 0,59  |
| E4  | 3,24 | 2,98 | 0,26  |
| E5  | 3,29 | 3,21 | 0,08  |
| E6  | 3,13 | 3,02 | 0,11  |
| T7  | 3,14 | 2,87 | 0,27  |
| T8  | 3,09 | 2,69 | 0,4   |
| T9  | 3,15 | 3,11 | 0,04  |
| T10 | 3,11 | 2,93 | 0,18  |
| T11 | 3,11 | 3,04 | 0,07  |
| T12 | 3,12 | 3,14 | -0,02 |
| T13 | 3,13 | 3,01 | 0,12  |
| T14 | 3,06 | 2,87 | 0,19  |
| T15 | 3,07 | 2,92 | 0,15  |
| T16 | 2,99 | 2,84 | 0,15  |

|    |     |       |    |
|----|-----|-------|----|
| 3  | A2  | -0,1  | 3  |
| 4  | A1  | -0,06 | 4  |
| 5  | R7  | -0,06 | 5  |
| 6  | RS3 | -0,05 | 6  |
| 7  | RS4 | -0,05 | 7  |
| 8  | RS5 | -0,02 | 8  |
| 9  | E1  | 0,04  | 9  |
| 10 | T3  | 0,04  | 10 |
| 11 | R4  | 0,05  | 11 |
| 12 | R6  | 0,05  | 12 |
| 13 | A4  | 0,06  | 13 |
| 14 | T5  | 0,07  | 14 |
| 15 | E5  | 0,08  | 15 |
| 16 | T2  | 0,4   | 16 |
| 17 | E6  | 0,11  | 17 |
| 18 | T7  | 0,12  | 18 |
| 19 | R2  | 0,13  | 19 |
| 20 | A6  | 0,14  | 20 |
| 21 | T9  | 0,15  | 21 |
| 22 | T10 | 0,15  | 22 |
| 23 | A3  | 0,18  | 23 |
| 24 | T4  | 0,18  | 24 |
| 25 | T8  | 0,19  | 25 |
| 26 | E4  | 0,26  | 26 |
| 27 | T1  | 0,27  | 27 |
| 28 | R3  | 0,27  | 28 |
| 29 | R1  | 0,31  | 29 |
| 30 | RS1 | 0,39  | 30 |

Hasil perhitungan persepsi dan ekspektasi ditunjukkan pada Gambar 2.

*Measure*

**1. Rangking GAP**

**Tabel 8.** Rangking GAP

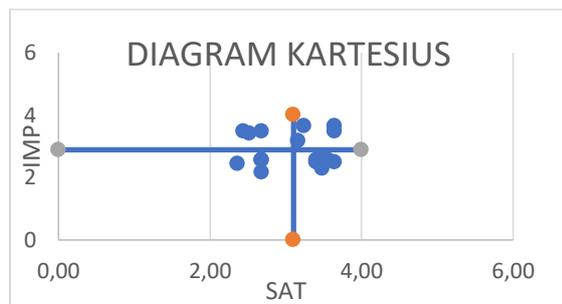
| No | Atribut | Gap   | Ranking |
|----|---------|-------|---------|
| 1  | T6      | -0,38 | 1       |
| 2  | R5      | -0,32 | 2       |

|    |     |      |    |
|----|-----|------|----|
| 31 | E2  | 0,47 | 31 |
| 32 | A5  | 0,57 | 32 |
| 33 | E3  | 0,59 | 33 |
| 34 | RS2 | 0,98 | 34 |

Berdasarkan perangkian nilai deviasi diketahui nilai deviasi terbesar terdapat pada dimensi Tangible atribut X30 ialah tampilan antarmuka menu disajikan secara menarik dengan nilai -0,02. Kemudian yang kedua adalah dimensi Reliability pada atribut X5 khususnya kematangan peralatan mesin donat yang mempunyai nilai -0,05. Di urutan ketiga adalah aspek Assurance pada atribut X14 khususnya karyawan ramah konsumen dengan nilai -0,05. Di urutan keempat adalah dimensi Assurance pada atribut X13 yaitu jaminan kualitas produk selalu diperhitungkan dengan nilai -0,06. Di urutan kelima adalah dimensi Reliability pada atribut X7, secara spesifik harga yang ditawarkan cukup terjangkau dengan nilai -0,06.

### 6. Analisis Kinerja Penting IPA

Metode Importance Analysis (IPA) mengklasifikasikan atau membagi semua atribut dengan nilai deviasi negatif pada diagram kartesius. Diagram Cartesian memiliki empat jenis preferensi. Keempat kategori tersebut merupakan 4 kuadran pada diagram IPA yaitu: prioritas utama (kuadran A), prioritas pemeliharaan mutu (kuadran B), mutu berlebih (kuadran C) dan prioritas rendah (kuadran D), data rata-rata aktual yang diharapkan yang diproses menggunakan Microsoft Excel harus direpresentasikan menggunakan diagram kartesius dan diagram tulang ikan.



**Gambar 1.** Diagram Kartesius analisis kinerja (IPA)

Bagan IPA digunakan untuk mengelompokkan atribut dengan nilai skewness negatif ke dalam empat kuadran. Bagan terbagi

menjadi 4 bagian dipisahkan oleh dua garis tegak lurus (X, Y).

CV. Donattour by Mitarasa memiliki sembilan atribut prioritas utama (Kuadran D). Pertama, periksa kelengkapan peralatan mesin pembuatan donat (R5). Kedua, sikap dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan harus baik dan responsif dalam pelayanan (E2). Ketiga, Tempat parkir yang luas (T2). Keempat, Penerangan ruangan yang cukup (T10). Kelima, bantu konsumen yang kebingungan dalam pemesanan (E4). Keenam, tatacara pengaduan complain (E5) harus tersedia. Ketujuh, kesabaran, dan keuletan karyawan dalam melayani konsumen (RS4). Kedelapan, Kenyamanan dan kebersihan tempat (T7). Kesembilan, Tempat duduk yang memadai (T1). Kesepuluh, Rasa donat yang konsisten (R6).

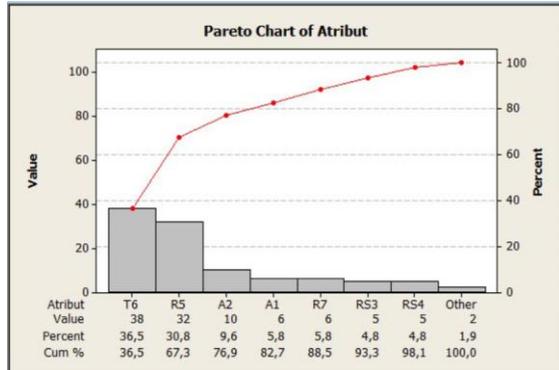
CV Donattour by Mitarasa memiliki sepuluh atribut mutu yang harus dipertahankan karena sudah baik (Kuadran A). Pertama, kecepatan dalam pelayanan dan penyajian (R2). Kedua, aturan yang harus diikuti selama berada di toko (A6). Ketiga, jaminan kualitas produk selalu diperhatikan. (A1). Karyawan harus ramah kepada konsumen. Kelima, tanggap dalam menangani keluhan (RS1). Keenam, ketepatan menu yang disajikan dengan pesanan (R3). Ketujuh, Tersedia jenis topping yang lengkap (T9). Kedelapan, Rekomendasikan menu best seller (RS3). Kesembilan, harga yang ditawarkan cukup terjangkau (R7).

CV Donattour by Mitarasa memiliki delapan atribut mutu yang mempertahankan kualitas yaitu (Kuadran B). Pertama, kemudahan pembayaran menggunakan aplikasi (R4). Kedua, Kecepatan proses pembayaran (RS5). Ketiga, Kesiapan karyawan dalam melayani keluhan (R1). Keempat, Pelayanan terhadap konsumen tidak memandang status social (E3). Kelima, Keamanan tempat yang disediakan (A5). Keenam, Karyawan selalu memberikan sikap senyum, sapa, dan santun (E6).

CV Donattour by Mitarasa memiliki enam atribut mutu yang prioritas rendah yaitu (Kuadran C). pertama, Sirkulasi udara yang baik (T3). Kedua, Kerapian karyawan dalam berpenampilan (T8). Ketiga, Penampilan menu yang disajikan menarik (X30). Keempat, Jam buka mulai 08.00-20.00 WIB merupakan waktu yang nyaman (A4). Kelima, Tempat yang lebih luas (T4). Keenam, Tersedianya tatacara dalam pengaduan complain (E5).

### 7. Diagram Pareto

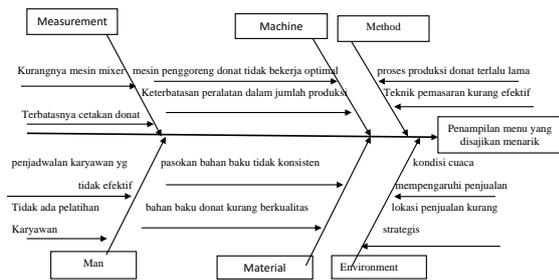
Pada tahap ini, diusulkan perbaikan dengan menggunakan solusi yang dirancang untuk meningkatkan kualitas IPA. Peringkat bisa dilihat pada Gambar 7. Diagram Pareto 80:20 menunjukkan bahwa 80% ketidak sesuaian dalam kualitas disumbang 20%. Diagram Pareto pada Gambar 7 memperlihatkan atribut dimensi kualitas layanan secara keseluruhan.



Gambar 2. Diagram Pareto

### 8. Analisis Penyebab Masalah (Fishbone Chart)

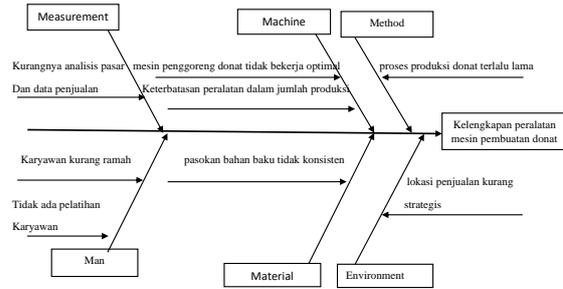
Dilakukan analisis data maka akan memperoleh karakteristik aspek-aspek kualitas pelayanan yang harus ditingkatkan untuk memuaskan pelanggan. Perlu dilakukan untuk meningkatkan atribut kualitas pelayanan kuadran A untuk perbaikan menjadi prioritas utama. Berikut fishbone perbaikan gap ranking 1 pada T6:



Gambar 3. Diagram Fishbone GAP 1

Berikut gambar digram fishbone T6. Penampilan menu yang disajikan menarik perlu adanya perbaikan, antara lain: dari man penjadwalan karyawan yang tidak efektif, dari material pasokan bahan baku tidak konsisten, dari environment kondisi cuaca mempengaruhi penjualan, dari method proses produksi terlalu lama, dari machine mesin penggoreng donat tidak bekerja optimal, dari measurement kurangnya mesin mixer.

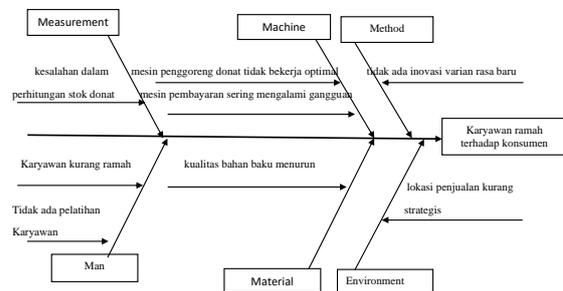
Berikut fishbone perbaikan gap ranking ke 2 pada R5.



Gambar 4. Diagram fishbone GAP 2

Berikut gambar diagram fishbone R5. Kelengkapan peralatan mesin pembuatan donat perlu adanya perbaikan, antara lain: pada man karyawan kurang ramah, pada material pasokan bahan baku tidak konsisten, pada enviromen lokasi penjualan kurang strategis, pada method proses produksi donat terlalu lama, pada machine keterbatasan peralatan dalam jumlah produksi, pada measurement kurangnya analisis pasar dan data penjualan.

Berikut gambar digram fishbone perbaikan gap 3 pada A14.



Gambar 5. Diagram Fishbone GAP 3

Karyawan ramah terhadap konsumen adanya perbaikan, antara lain: pada man yaitu karyawan kurang ramah, pada material kualitas bahan baku menurun, pada environment lokasi penjualan kurang strategis, pada method tidak ada inovasi varian rasa baru, pada machine mesin pembayaran sering mengalami gangguan, pada measurement kesalahan dalam perhitungan stok donat.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan studi yang telah dilaksanakan pada CV Donattour By Mitarasa, diperoleh kesimpulan ialah peningkatan kinerja pelayanan CV Donattou By Mitarasa dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada tamu barang CV Donattour By Mitarasa, selanjutnya diolah memanfaatkan metode Servqual dan metode IPA. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai GAP minimum dari atribut tersebut. pada atribut T6 (penampilan menu disajikan dengan sangat menarik) dengan nilai GAP -0.038 dan dengan perhitungan IPA, R5 dan A2. Kualitas pelayanan di CV Donattour By Mitarasa bukan yang terbaik. Oleh karena itu, proses ini harus lebih ditingkatkan untuk mengidentifikasi sasaran. Pada penelitian ini

atribut T6 (penyajian menu menarik) memperoleh skor GAP dan IPA sangat rendah. Artinya memprioritaskan perbaikan terlebih dahulu.

Perbaikan T6 ialah Penyajian menu kurang menarik dan perlu perbaikan, antara lain pelatihan pelayanan kepada staf, kemudian pasokan bahan baku harus konsisten, kemudian lokasi penjualan yang strategis, Teknik pemasaran harus lebih gencar lagi, menambahkan peralatan produksi dalam jumlah besar, perlunya ada tambahan mesin mixer dan cetakan donat.

Saran bagi peneliti berikutnya adalah melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan mengintegrasikan metode berbeda untuk menyempurnakan aspek-aspek yang belum penulis ungkapkan karena terbatasnya waktu dan biaya, agar hasil penelitian berikutnya agar lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

Novadi, I. N., & Mahbubah, N. A. (2021). Evaluasi kualitas pelayanan pelanggan berbasis integrasi servqual–six sigma di kuma coffee and eatery kabupaten gresik. *J. Sains dan Teknol. J. Keilmuan dan Apl. Teknol. Ind*, 21(2), 302.

Dharmawan, A., & Wurjaningrum, F. (2014). Rancangan perbaikan kualitas pelayanan jasa dengan metode Servqual, Importance-Performance Analysis, dan Quality Function Deployment pada Plasa Telkom Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 7(3), 207–224.

Firdian, E., Surachman, S., & Santoso, P. B. (2012). Aplikasi Metode Servqual dan Six Sigma Dalam Menganalisis Kualitas Layanan PT . PLN ( Persero ) Unit Pelayanan Jaringan ( UPJ ) Dinoyo Malang. *Jurnal Ilmu Pengetahuan & Rekayasa*, 13(3), 51–60.  
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/ft1/article/view/1129>.

Fitriana, R., Saragih, J., & Larasati, D. P. (2020). Production quality improvement of Yamalube Bottle with Six Sigma, FMEA, and Data Mining in PT. B. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 847(1), 0–8. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/847/1/012011>

Jauhari, Gamindra, & Lubis, R. N. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Ayia 240 MI Menggunakan Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Sains Dan Teknologi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknologi Industri*, 20(1), 29. <https://doi.org/10.36275/stsp.v20i1.227>

MAULANA, Muhammad Helmi. Analysis Of Customer Satisfaction With Packaged Drinking

Water Products Using Service Quality (SERVQUAL) And Importance Performance Analysis (IPA) Methods. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 2024, 10.1: 100-106.

Jufriyanto, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *Matrik*, 20(2), 79. <https://doi.org/10.30587/matrik.v20i2.1131>

PUTRI, Fitriana, et al. Analisis kepuasan pasien BPJS rawat jalan dengan metode Servqual, CSI, dan IPA di klinik dr. M. Suherman. *Jurnal Kesehatan*, 2017, 5.2: 106-115.

WINARNO, Heru; ABSOR, Tb. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 2017, 1.2: 146-160.

WILUJENG, Fuji Rahayu, et al. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada Dua Bisnis E-Commerce Terbesar di Indonesia dengan Menggunakan Analisis Servqual dan IPA. *Prosiding Semnastek*, 2019.

KALIJOGO, Faris Mukmin. Analisis Kualitas pelayanan Pasien Klinik Pratama Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 2019, 21.3.

NUGRAHA, Angga Reza; DZIKRON, M.; BACHTIAR, Iyan. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual dan Model Importance Performance Analysis. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 2023, 3.1: 9-16.

VANESA, Devina; FIRMAN, Firman; MESTA, Hendri Andi. Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pasien Menggunakan Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Kajian Manajemen Dan Wirausaha*, 2020, 2.1: 28.

WIBOWO, Setiyo; MUFLIAH, Nur. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode servqual di Sanjaya Fitnes Jombang. *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri*, 2022, 1.2: 61-68.

NOER, Lissa Rosdiana. Analisis peningkatan kualitas pelayanan mahasiswa magister manajemen teknologi ITS Surabaya dengan metode servqual dan importance performance

analysis (IPA). *Journal of Research and Technology*, 2016, 2.1: 35-43.