



METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DALAM MENGUKUR KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LAYANAN DI HYGGE SOCIAL CAFE PASCA PANDEMI COVID-19

Putu Steven Eka Putra^a, Eko Sulistyo^b, IWK.Teja Sukmana^c

^a Fakultas Vokasi, steven@undhirabali.ac.id, Universitas Dhyana Pura,

^b Fakultas Vokasi, Universitas Dhyana Pura

^c Fakultas Vokasi, Universitas Dhyana Pura

ABSTRAK

Measuring service quality is essential for restaurants. This study determines the quality of service and service attributes that need attention at Hygge Social Café. The research was conducted using the Important Performance Analysis and servequal methods. The sample was thirty people who were taken randomly from Hygge Social Cafe customers. The results showed that the Service Gap has an average of -0.02 with an average service quality value (Q) of 0.995, this indicates that the quality of service has not met consumer expectations adequately, furthermore by the Importance Performance Analysis (IPA) based on the dimension of the level of satisfaction and the level of expectations, data is obtained in quadrant A there were 4 attributes, quadrant B were 6 attributes, quadrant C were 7 attributes and quadrant D were 6 attributes. Notably the four existing quadrants, it is recommended that Hygge Social Café pay attention to quadrant A with 4 existing attributes.

Keywords: content, formatting, article.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hygge Social Café serta atribut apa saja yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak Hygge Social Café dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode Servqual. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada Hygge Social Cafe. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Sampel yang diteliti sebanyak 30 responden. Pengumpulan data memakai kuesioner. Teknik analisis data menggunakan GAP Service dan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode servqual. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Gap Service memiliki rata-rata sebesar -0,02 dengan rata-rata nilai kualitas layanan (Q) sebesar 0,995, menunjukkan bahwa kualitas layanan belum memenuhi harapan konsumen dengan baik, berdasarkan metode Importance Performance Analysis (IPA) berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat harapan terdapat diperoleh data pada kudran A dengan 4 atribut, kuadran B dengan 6 atribut, kuadran C dengan 7 atribut dan kuadran D dengan 6 atribut. Dari empat kuadran yang ada pihak Hygge Social Café disarankan dapat memperhatikan kuadran A dengan 4 atribut yang ada.

Kata Kunci: isi, format, artikel.

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang terjadi sangat mempengaruhi semua sendi kehidupan di Indonesia khususnya kegiatan kepariwisataan di Pulau Bali. Seperti diketahui bahwa Pulau Bali sangat mengandalkan pariwisata sebagai penggerak roda perekonomiannya. Lebih dari 80% masyarakat Pulau Bali menggantungkan kehidupannya melalui sector ini, baik terkait secara langsung maupun tidak langsung. Dengan dibatasinya masyarakat dalam melakukan kegiatan di luar rumah, guna menekan penyebaran virus Covid-19 sudah barang tentu membuat beberapa usaha (restaurant) memilih untuk menutup usahanya. Hal ini dikarenakan tidak sebandingnya antara antara biaya operasional dan hasil yang didapatkan.

Seiring dengan melandainya penyebaran virus Covid-19 di Pulau Bali beberapa usaha termasuk restaurant memberanikan diri untuk kembali menjalankan usahanya. Sudah barang tentu hal ini dilakukan dengan penuh perhitungan. Selain melandainya virus, beberapa pelaku usaha berani membuka usahanya melihat masyarakat sudah merasa jenuh untuk tinggal dirumah dan memerlukan tempat untuk sekedar melepas kepenatan.

Keberlangsungan sebuah usaha tidak terlepas dari konsumen yang loyal. Untuk dapat memiliki konsumen yang loyal, maka diperlukan sebuah strategi khususnya terkait dengan kualitas layanan yang diberikan oleh usaha tersebut. Dengan kualitas layanan yang diharapkan oleh konsumen akan memberikan dampak terhadap kepuasan, kepercayaan, nilai pelanggan dan akhirnya kan berujung pada loyalitas pelanggan.

Disamping hal tersebut kualitas layanan juga berdampak pada citra positif suatu restaurant dimana citra restaurant memiliki dampak yang kuat pada retensi pelanggan saat ini dan daya tarik calon pelanggan potensial. Peningkatan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap motivasi pelanggan, kualitas pelayanan yang baik memberi dampak pada keinginan untuk berkunjung ulang bagi konsumen dan konsumen juga akan membantu restaurant dalam mempromosikan usaha tersebut dengan menceritakan kepada orang lain (word of mouth).

Hygge Socialcafe merupakan salah satu informal restaurant dengan konsep cosy modern classic yang sudah membuka usahanya pasca pandemic Covid-19, restaurant ini berusaha memberikan pelayanan yang terbaik bagi setiap pelanggannya, dari konsumen itu datang hingga pasca konsumen tersebut menikmati layanan ditempat itu. Untuk mewujudkan hal tersebut maka pengukuran kualitas terhadap pelayanan di Hygge Socialcafe menjadi suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan sehingga pelayanan yang diberikan di Hygge Socialcafe berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen senantiasa dapat diwujudkan. Salah satu metode pengukuran tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan adalah metode Servqual (service quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al pada tahun 1985 melalui lima dimensi kualitas, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Model servqual dirancang khusus untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Sedangkan untuk membandingkan harapan dan kinerja (performance) Hygge Socialcafe untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap Hygge Socialcafe digunakan model Importance Performance Analysis (IPA). IPA secara terstruktur menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan mereka dan faktor-faktor pelayanan perlu ditingkatkan.

Berdasarkan latar belakang diatas ada beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hygge Socialcafe sudah memenuhi harapan konsumen ? dan Atribut – atribut apa saja yang perlu dikembangkan dan diperbaiki Hygge Socialcafe dalam dimensi Servqual untuk meningkatkan kualitas layanan? dengan metode servqual dan Importance Performance Analysis (IPA).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Metode ServQual

Metode ServQual bisa menunjukkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen serta dapat menunjukkan seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima[1]. Pengukuran ini dilakukan dengan melakukan perbandingan antara harapan pelanggan tentang bagaimana mereka harus menyediakan layanan dan apa yang akhirnya pelanggan dapatkan[2]. Kelebihan dari penggunaan metode ini terletak pada kemampuannya untuk menangkap subjektivitas yang terjadi pada pengumpulan data yang diambil melalui kuesioner, dan kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel variabel yang harus diperhatikan untuk selalu ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan[3]. Metode Servqual ini mampu menggambarkan persepsi layanan, yang merupakan perbandingan antara bentuk layanan yang diharapkan dengan yang diterima. Servqual berkontribusi secara signifikan untuk penciptaan, diferensiasi, positioning, hingga strategi bersaing setiap perusahaan atau organisasi baik manufaktur maupun penyedia jasa. Berikut adalah 5 dimensi dari servqual:

1. Reliabilitas (Reliability), berkaitan pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang akurat dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang telah disepakati atau yang telah dijanjikan.

2. Daya Tanggap (Responsiveness), berkaitan pada kesediaan dan juga kemampuan karyawan dalam membantu pelanggan yang ada dan memberikan respon atas permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa diberikan dan memberikannya secara cepat.
3. Jaminan (Assurance), berkaitan dengan perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan sehingga bisa menciptakan rasa aman untuk para pelanggan.
4. Empati (Empathy), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memahami masalah para pelanggan dan bertindak untuk kepentingan pelanggan dan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan serta mempunyai jam operasional yang nyaman bagi pelanggan.

Bukti Fisik (Tangibility), berkaitan dengan daya tarik pelanggan dari segi fisik fasilitas, perlengkapan hingga material yang digunakan perusahaan serta penampilan dari karyawan perusahaan.

Apabila kinerja pada sebuah atribut (attribute performance) meningkat lebih besar dari harapan (expectation) atas atribut bersangkutan, maka persepsi kepada jasa yang diberikan akan positif dan begitu pula sebaliknya. Berikut ini merupakan 5 gap utama dalam servqual :

1. Gap 1 adalah gap antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen (Knowledge Gap).
2. Gap 2 adalah gap antara spesifikasi kualitas jasa dengan penyampaian jasa (Delivery Gap)
3. Gap 3 adalah gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi pada kualitas jasa (Standards Gap)
4. Gap 4 adalah gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (Communications Gap)
5. Gap 5 adalah gap antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan (Service Gap)

Berdasarkan (Tjiptono & Chandra, 2016), berikut ini adalah rumus untuk mencari skor Servqual gap 5:

Skor Servqual Gap 5 = Skor Persepsi – Skor Harapan

2.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode Importance Performance Analysis (IPA) adalah model multi-properti yang bisa digunakan untuk menyelidiki performa dalam suatu badan organisasi. Metode IPA juga digunakan untuk mengukur kepuasan yang diterima oleh konsumen. Informasi yang didapat dari pengolahan data digambarkan pada diagram IPA yang menunjukkan kepuasan dan harapan konsumen [4]. Importance Performance Analysis (IPA) karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk atau jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah [5]. Metode Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali ditemukan oleh Jhon. A. Mortila dan Jhon C. James pada tahun 1977, yang dibuat untuk melakukan pengukuran hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai quadrant analysis. Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan mereka dan faktor-faktor pelayanan perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan pelanggan. Terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja layanan yang dapat memberikan kepuasan dan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

2.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan harapannya [6]. Kualitas pelayanan yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy, dimensi tersebut sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan [7]. Jika kinerja produk atau jasa berada di bawah harapan maka akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, kinerja yang dirasakan pelanggan di bawah harapan mereka maka pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan dan ketika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas dan kinerja yang melebihi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa amat puas dan senang [8]. Indikator kepuasan pelanggan terdiri dari :

1. Kecepatan layanan
Kecepatan layanan merupakan suatu kemampuan yang memiliki target penyelesaian dalam waktu yang telah ditentukan secara responsif (cepat) saat operasi layanan.
2. Fasilitas layanan
Fasilitas layanan mengacu pada perlengkapan yang ditujukan untuk memfasilitasi pengguna jasa saat proses pelayanan berlangsung.

3. Keramahan staf layanan
Keramahan staf layanan merupakan performa staf atau karyawan yang memiliki sifat ramah dan sopan kepada pengguna jasa saat penyampaian layanan itu terjadi.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Penelitian ini dilakukan pada Hygge Socialcafe yang beralamat di Jl. Raya Uluwatu, Ungasan, Kecamatan. Kuta Selatan., Kabupaten Badung, Bali.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau biasa disebut kuesioner yang berisi sekumpulan pertanyaan yang disusun berdasarkan dimensi kualitas metode Servqual yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy dengan 5 skala likert. Setiap item pertanyaan atau pernyataan diukur dengan menggunakan skala Likert

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 1 sampai 5, dimana nilai 1 menunjukkan ukuran pernyataan Sangat Kurang (SK), nilai 2 menunjukkan pernyataan Kurang (K), nilai 3 menunjukkan pernyataan Cukup (C), nilai 4 menunjukkan pernyataan Baik (B) dan nilai 5 menunjukkan Sangat Baik (SB).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Indikator kualitas layanan (servqual) diterapkan dalam penelitian ini guna mengukur kepuasan konsumen terhadap layanan di hygge social café khususnya pasca pandemi Covid-19 sebagai berikut:

1. Tangible (Bukti Fisik) yang meliputi kondisi peralatan yang ada berfungsi sebagaimana mestinya, ruangan restoran yang cukup memadai peralatan yang modern, kapasitas restoran mencukupi menampung tamu yang datang dan penampilan karyawan yang rapi.
2. Reliability (Kehandalan) ketepatan waktu dalam pelayanan, cara staff membantu tamu dalam menyelesaikan permasalahan, pemberian pelayanan yang benar, kesesuaian menu yang ditawarkan dengan pesanan konsumen, keterampilan staff dalam menerima pesanan dan pembayaran.
3. Responsiveness (Ketanggapan) ketepatan informasi yang diberikan oleh staff karyawan, pelayanan staff yang cepat, kemampuan karyawan dalam menolong tamu, selalu siap setiap kali memesan makanan.
4. Assurance (Jaminan) Kepercayaan konsumen kepada staff, perasaan nyaman saat transaksi, sopan santun staff, pengetahuan yang dimiliki oleh staff, jam waktu buka restoran sesuai dengan keinginan konsumen
5. Emphaty (Empati) Karyawan memberikan pelayanan secara personal, keseriusan staff dalam melayani konsumen, para staff memahami permintaan khusus konsumen, staff melayani dengan simpatik.

Pengumpulan data memakai kuesioner dengan 2 jenis pernyataan yang terdiri dari 23 pernyataan untuk mengukur indikator importance (harapan) dan 23 pernyataan untuk mengukur indikator performance (persepsi) atau kepuasan item pertanyaan/pernyataan menggunakan skala likert 1 sampai 5 .

Berdasarkan data responden yang telah diperoleh, maka didapatkan hasil karakteristik responden sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Keterangan	Jumlah
Jenis Kelamin	Perempuan	18
	Laki-laki	12
Usia	< 25 tahun	5
	26-36 tahun	18

Title of Paper.. Title of Paper.. (First Author)

	37-47 tahun	7
Pendidikan	Under graduate	10
	Diploma	15
	Graduate	5
	Post- Graduate	0

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa konsumen Hygge Social Cafe didominasi pada responden perempuan dengan jumlah 18 responden. Konsumen Hygge Social Cafe didominasi oleh konsumen pada rentang umur 26 - 36 tahun, dan Konsumen Hygge Social Cafe didominasi oleh lulusan Diploma dengan jumlah populasi sebesar 15 responden.

Model pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan yang diberikan menggunakan Metode Servqual (service quality) adalah dengan menggunakan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Gap service menggambarkan kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen [9]. Adapun data yang berhasil diperoleh dalam penelitian ini yang terkait dengan Gap service seperti tertera pada table berikut ini.

Tabel 2. GAP Service

Indikator kualitas layanan	Rata Rata Skor		Gap Service
	Kepuasan	Harapan	
Tangible 1	4,43	4,46	-0,03
Tangible 2	4,5	4,53	-0,03
Tangible 3	4,63	4,56	0,07
Tangible 4	4,5	4,56	-0,06
Tangible 5	4,43	4,43	0
Reliability 1	4,6	4,5	0,1
Reliability 2	4,6	4,53	0,07
Reliability 3	4,46	4,53	-0,07
Reliability 4	4,56	4,46	0,1
Reliability 5	4,53	4,6	-0,07
Responsiveness 1	4,46	4,53	-0,07
Responsiveness 2	4,56	4,63	-0,07
Responsiveness 3	4,53	4,63	-0,1
Responsiveness 4	4,46	4,6	-0,14
Assurance 1	4,5	4,53	-0,03
Assurance 2	4,53	4,6	-0,07
Assurance 3	4,66	4,53	0,13
Assurance 4	4,43	4,46	-0,03
Assurance 5	4,5	4,6	-0,1
Empathy 1	4,6	4,5	0,1
Empathy 2	4,5	4,56	-0,06
Empathy 3	4,53	4,5	0,03
Empathy 4	4,56	4,6	-0,04
Rata-rata	4,52	4,54	-0,02

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui rata-rata nilai Gap Service keseluruhan sebesar -0,02. Jika nilai Gap Service negatif (-) maka kualitas layanan yang diberikan kurang baik sehingga konsumen merasa tidak puas. Total rata-rata nilai Gap Service -0,02, artinya konsumen merasa kurang puas terhadap kualitas layanan yang diberikan [10].

Penyataan pada indikator kualitas pelayanan di Hygge Social Cafe yang mempunyai gap paling besar pertama adalah indikator Responsiveness 4 yaitu The staff never busy to fulfill your request. Kenyataan yang ada dilapangan, konsumen Hygge Social Cafe mengeluhkan tentang perhatian staff terhadap konsumen. Tampilan data gap Service secara keseluruhan dari masing-masing indicator pada Hygge Social Café seperti terlihat pada table 3.

Tabel 3. Data gap service keseluruhan

No	Indikator kualitas layanan	Gap Service
Indikator <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)		
1	The equipment of the restaurant works well	-0,03
2	The space of the restaurant is comfortable	-0,03
3	The equipment of the restaurant is modern and update	0,07
4	The capacity of the restaurant is enough	-0,06
5	Appearances of the staff are suitable	0
Indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan)		
6	The staff provide their services with the promised time	0,1
7	When customers have problems, staff is sympathetic	0,07
8	The staff carries out the right service for the first time	-0,07
9	The staff present its menu the correct information	0,1
10	The staff register the orders and the bills with no errors	-0,07
Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)		
11	The staff tells customers exactly when services will be performed	-0,07
12	The staff serve quickly	-0,07
13	The staff are always willing to help customer	-0,1
14	The staff never busy to fulfill your request	-0,14
Indikator <i>Assurance</i> (Jaminan)		
15	You can trust the staff of the restaurant	-0,03
16	You feel safe in your transactions with the restaurant's staff	-0,07
17	The staff of the restaurant are polite	0,13
18	The staff have knowledge to answer your questions	-0,03
19	The opening hours of the restaurant are convenient to the customer	-0,1
Indikator <i>Emphaty</i> (Empati)		
20	The staff gives you individual attention	0,1
21	The staff has the best interest to serve you	-0,06

Title of Paper.. Title of Paper.. (First Author)

22	The staff understands your specific needs	0,03
23	Sympathetic and reassuring staff	-0,04

Hygge Social Café berusaha untuk memberikan layanan yang maksimal kepada konsumennya, perhitungan kualitas layanan Hygge Social Café seperti tertera pada Tabel 4.

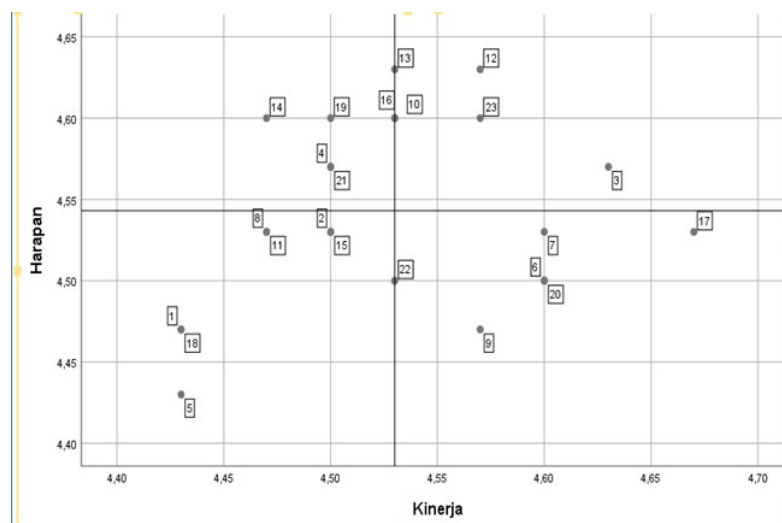
Tabel 4. Perhitungan kualitas layanan

Indikator	Kepuasan	Harapan	GAP	Q
<i>Tangible</i>	4,49	4,50	-0,01	0,997
<i>Reliability</i>	4,55	4,52	0,02	1,005
<i>Responsiveness</i>	3,60	3,67	-0,07	0,979
<i>Assurance</i>	4,52	4,54	-0,02	0,995
<i>Emphaty</i>	3,63	3,63	0	1,001

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui rata-rata nilai perhitungan kualitas layanan (Q) sebesar 0,995. Jika nilai $Q \leq 1$, maka kualitas layanan perusahaan termasuk kurang baik [11]. Berdasarkan penjelasan penelitian tersebut, dapat di simpulkan bahwa kualitas layanan Hygge Social Café belum memenuhi harapan konsumen

Metode Importance Performance Analysis (IPA)

Metode Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui letak setiap atribut kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen Hygge Social Café berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat harapan menggunakan diagram Kartesius[12]. Tingkat kepuasan dan harapan konsumen Hygge Social Café seperti terpapar pada diagram dibawah ini.



Gambar 1. Diagram kartesius

Keterangan:

Dari gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Kuadran A adalah faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan restoran namun belum terlaksanakan dengan baik oleh pihak restoran. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(4) The capacity of the restaurant is enough

(14) The staff never busy to fulfill your request

(19) The opening hours of the restaurant are convenient to the customer

Title of Paper.. Title of Paper.. (First Author)

(21) The staff has the best interest to serve you.

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama bagi manajemen restoran untuk melakukan perbaikan.

Kuadran B adalah faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh pengelola restoran. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(3) The equipment of the restaurant is modern and update

(10) The staff register the orders and the bills with no errors

(12) The staff serve quickly

(13) The staff are always willing to help customer

(16) You feel safe in your transactions with the restaurant's staff

(23) Sympathetic and reassuring staff

Pengelola restoran harus mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini.

Kuadran C adalah faktor yang dianggap kurang penting atau kurang diperhatikan oleh pelanggan restoran namun demikian belum terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(1) The equipment of the restaurant works well

(2) The space of the restaurant is comfortable

(5) Appearances of the staff are suitable

(8) The staff carries out the right service for the first time

(11) The staff tells customers exactly when services will be performed

(15) You can trust the staff of the restaurant

(18) The staff have knowledge to answer your questions

Item-item diatas dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas pembenahan bagi perusahaan.

Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh perusahaan namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh perusahaan atau dengan kata lain pelanggan sudah merasakan puas atas kinerja pelayanan yang diberikan oleh pengelola restoran. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

(6) The staff provide their services with the promised time

(7) When customers have problems, staff is sympathetic

(9) The staff present its menu the correct information

(17) The staff of the restaurant are polite

(20) The staff gives you individual attention

(22) The staff understands your specific needs.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis kualitas layanan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis pada Hygge Social Café, dapat disimpulkan Gap Service memiliki rata-rata sebesar -0,02 dengan rata-rata nilai kualitas layanan (Q) sebesar 0,995 menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Hygge Social Café belum dapat memenuhi harapan konsumen dengan baik. Berdasarkan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode servqual dari atribut yang ada dalam penelitian ini, Hygge Social Café perlu memperhatikan beberapa hal, khususnya atribut yang berada pada kuadran A, karena Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting. Namun, manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Atribut tersebut menyangkut tentang kapasitas atau daya tampung, jam operasional café, perhatian staff terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Diyanah and E. D. P, "Penerapan Metode SERVQUAL Sebagai Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Balai Desa Dukunanyar," *JSE*, vol. 7, no. 4, Oct. 2022, doi: 10.32672/jse.v7i4.4868.
- [2] R. Khaliq, "IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DALAM KASUS KEPUASAN KONSUMEN USAHA LAUNDRY," *alhadharah*, vol. 17, no. 34, p. 47, Jan. 2019, doi: 10.18592/alhadharah.v17i34.2380.
- [3] A. S. Lubis and N. R. Andayani, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. SUCOFINDO BATAM," *JABA*, vol. 1, no. 2, pp. 232–243, Jan. 2018, doi: 10.30871/jaba.v1i2.619.
- [4] C. D. Pitoi, J. R. E. Tampi, and A. Y. Punuindoong, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Best Western The Lagoon Manado," vol. 2, no. 1, 2021.
- [5] M. F. Y. Pradana, "PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA 202".
- [6] E. Ramadhanti and N. Marlana, "Analisis strategi kualitas layanan menggunakan metode importance-performance analysis (ipa)," 2021.
- [7] A. M. Rezza and G. F. Asyraq, "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KINERJA PELAYANAN DI PT POS BANDUNG DENGAN METODE SERVQUAL," vol. 12, 2022.
- [8] L. Sularto, "ANALISIS KUALITAS LAYANAN PENYEDIA DATA DI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL".
- [9] N. K. Wirawan and S. Indriani, "UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI SUPERINDO TLOGOMAS MENGGUNAKAN METODE PGCV," vol. 3, no. 2, 2020.
- [10] Yayang Eluis Bali Mawartika, "PENGUKURAN KEPUASAN PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL," *jb*, vol. 1, no. 2, pp. 73–79, Oct. 2019, doi: 10.52303/jb.v1i2.20.
- [11] "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI)," *m-pu.v12i1*, vol. 12, no. 1, Jan. 2022, doi: 10.35968/m-pu.v12i1.867.
- [12] R. Hardiansyah, "Kepuasan Konsumen Di Original Coffee Shop 107 Yogyakarta Dengan Menggunakan Metode Importance Perfomance Analysis," *gomares*, vol. 2, no. 1, p. 1, Apr. 2019, doi: 10.32662/gomares.v2i1.467.