

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI DENGAN METODE *SERVQUAL* (*SERVICE QUALITY*)

Eva Zuraidah

Program Studi Sistem Informasi –STMIK Nusa Mandiri
Jakarta eva.evz@nusamandiri.ac.id

Abstrak - Persaingan usaha restoran cepat saji di Indonesia yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha termasuk Restoran cepat saji untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan nilai gap dari persepsi dan ekspektasi pelanggan Restoran cepat saji serta memberikan perbaikan dari atribut-atribut yang memiliki prioritas tertinggi. Pada penelitian ini digunakan metode *SERVQUAL* dengan lima dimensi pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang memiliki prioritas perbaikan tertinggi, yaitu keberadaan jumlah kasir yang melayani dapat memadai jumlah pelanggan saat ramai *Tangible*, kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak *Responsiveness*, dan ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas pendukung cuci tangan yang lengkap *Tangible*.

Kata Kunci: *SERVQUAL* Restoran, kualitas pelayanan

I. PENDAHULUAN

Kualitas pelayan ditentukan oleh konsumen sebagai pemakai jasa layanan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat diciptakan dengan terlebih dahulu mengidentifikasi persepsi konsumen tentang layanan yang dibutuhkan dan diinginkannya, kemudian disesuaikan dengan layanan yang akan disediakan oleh restoran. Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

Restoran Cepat Saji merupakan contoh perusahaan pertama yang memanfaatkan perkembangan Teknologi komputer yang menjadi dasar penerapan aplikasi nyata penggunaan media komunikasi dan pengolahan data perusahaan. Kedua perusahaan ini terus mengembangkan sistem informasinya untuk menunjang bisnisnya agar lebih efektif dan berdaya saing tinggi. Restoran Cepat Saji menggunakan sistem informasi berbasis komputer untuk mengembangkan sistem order yang berbasis internet, melengkapi sistem order via telepon. Bahkan merambah ke sistem jejaring sosial seperti *facebook* dan *twitter* untuk membangun komunitas melalui situs tersebut serta berbagai penawaran promo via email dan internet. Hal ini terbukti meningkatkan keuntungan perusahaan

II. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Dasar Sistem Informasi

Sistem Informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi yang menyediakan pihak luar tertentu

dengan laporan-laporan yang diperlukan. (Robert A. Leitch dan K. Roscoe Davis, 2014)

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut. Definisi kualitas adalah *Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs.* (Kotler dan Keller, 2009). Mengungkapkan ada lima faktor paling dominan atau penentu kualitas jasa dari konsep *servqual* yaitu (Zeithaml, Bitner dan Dwayne, 2009):

a) *Tangible* (Berwujud)

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas layanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi. Hal ini meliputi lingkungan fisik seperti *exterior* dan *interior* bangunan, penampilan personil yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Contohnya dalam jasa restoran, maka karyawannya memakai seragam yang rapi dan seluruh peralatan makan seperti meja dan kursi tertata dengan rapi dan bersih.

b) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah dan harga. Apabila dikaitkan

dengan bidang usaha jasa restoran, maka karyawan yang handal adalah karyawan yang selalu tepat menyajikan menu makanan sesuai dengan pesanan pelanggan.

c) **Responsiveness (Daya Tanggap)**

Kesadaran dan keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Bila dikaitkan dalam bidang jasa restoran maka sebagai contohnya konsumen tidak harus menunggu pelayanan yang lama dan kecepatan dalam menangani keluhan dari konsumen.

d) **Assurance (Kepastian)**

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Contohnya seperti bank, asuransi dan obat-obatan.

e) **Empathy (Empati)**

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu special dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

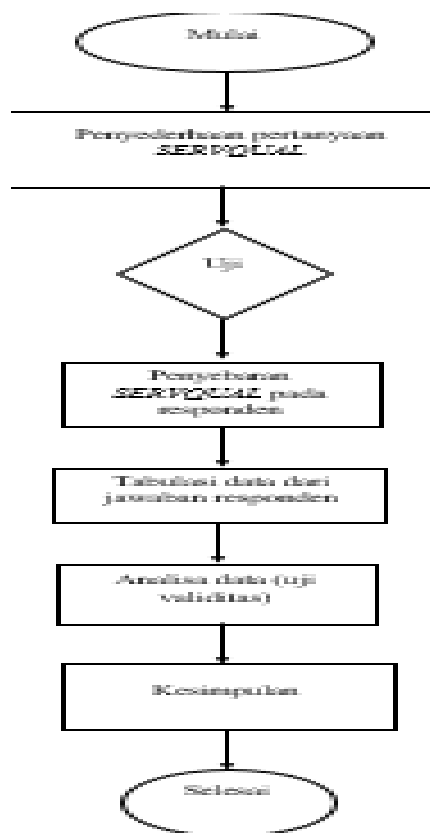
Metode Servqual

Definisi umum tentang *service quality* atau yang seringkali disingkat *Servqual* din, Parasuraman dan Berry yang telah digunakan dalam mengukur berbagai kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk koesioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa yaitu *tangibles, reability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Metode *Servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima (Zeithaml, 1990)

Pada perhitungan metode *Servqual* dapat diperoleh dengan memberi masing-masing variabel, baik ada variabel persepsi maupun variabel ekspetasi yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen. Hasil penilaian responden kemudian diolah sehingga dapat diketahui nilai *Servqual*. Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap. diantara keduanya pada lima dimensi kualitas pelayanan. Nilai *Servqual* diperoleh dengan mencari selisih antara nilai persepsi pelanggan dengan nilai harapan pelanggan.

Bahan dan Metode SERVQUAL (Service Quality)

Penelitian ini dilaksanakan Restoran Cepat Saji. Tahapan penelitian diawali dengan *survey* pendahuluan, identifikasi dan perumusan masalah, identifikasi atribut kuesioner, identifikasi jumlah sampel, penyusunan dan penyebaran kuesioner, uji validitas dan pengolahan data dengan metode *Servqual*. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada responden. Definisi operasional dilakukan dengan cara menspesifikasikan kegiatan atau atribut pelayanan untuk mengukur variabel tersebut. Hasil dan Pembahasan Identifikasi Kuesioner Kuesioner dibuat berdasarkan pada kebutuhan pelanggan, yang diklasifikasikan ke dalam lima dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Identifikasi atribut kuesioner dapat dilihat pada gambar dibawah ini .



Gambar 1. Atribut Kuesioner

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati, fenomena tersebut disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2013)

Dalam penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner atau angket yang berisi pertanyaan untuk diberi tanggapan oleh para subjek penelitian yang dibuat secara terstruktur dan sistematis. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner kepuasan pelanggan.

Instrumen penelitian ini merupakan alat bantu mengumpulkan data yang diperlukan dan berhubungan dengan penelitian tersebut. Pengukuran variabel berdasarkan teori *servqual* adalah dengan cara membandingkan dua variabel yaitu variabel harapan dan variabel kinerja, dimana masing-masing variabel mencerminkan kelima dimensi *servqual*. Instrumen ini diadaptasi dari *servqual* dan diusulkan sebagai alat yang dapat diandalkan dan relatif sederhana untuk menentukan bagaimana pelanggan melihat kualitas pelayanan Restoran cepat saji

Penelitian ini menggunakan variabel yaitu variabel yang mewakili tingkat kinerja dan yang mewakili tingkat harapan. Data analisis dari kuesioner yang telah diisi oleh responden dimana pemberian skornya menggunakan skala Likert. Ada 10 pertanyaan yang digunakan untuk mengukur harapan dan kinerja kualitas pelayanan Restoran cepat saji.

Adapun 10 pertanyaan didalam kuesioner tersebut didasarkan pada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No	ATRIBUT	Indikator	No.Item
1	Tangibel (Bukti fisik)	a. Ketersediaan tempat parkir yang luas	Pertanyaan No.1s/d No.2
		b. Kebersihan ruangan restoran cepat saji	
2	Realibility (Keandalan)	a. Ketersediaan tempat cuci tangan yang bersih dan fasilitas pendukung cuci tangan yang lengkap	Pertanyaan No.2 s/d No.5
		b. Kejelasan menyampaikan informasi terkait dengan promosi yang dilakukan	
3	Responsiveness (Daya tanggap)	a. Kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak	Pertanyaan No.5 s/d No.6
		b. Kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika pelanggan terlalu banyak	
4	Assurance (Jaminan)	a. Kenyamanan dan keamanan yang dapat ditonjolkan di restoran cepat saji	Pertanyaan No.7 s/d No.8
		b. Pemberian jaminan penggantian menu makanan jika ditemukan makanan kurang sesuai	
5	Empathy (Empati)	a. Keramahan dan kesopanan karyawan dalam memberikan layanan	Pertanyaan No.9 s/d No.10
		b. Kecepatan pihak manajemen dalam memberi solusi jika terdapat keluhan dari pelanggan	

Di dalam menilai jawaban dari setiap pertanyaan kuesioner, penulis memberikan pembobotan nilai yang diberikan untuk setiap kategori jawaban.

Metode Pengumpulan Data,Populasi dan Sampel Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan cara tertentu. Cara ilmiah berarti harus berdasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis (Sugiyono 2008). Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian. Metode penelitian dikategorikan menjadi dua yaitu :

1. Metode Kualitatif
2. Metode kumulatif

Metode yang digunakan dalam penelitian makalah ini adalah metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif.

Deksriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain.(Sugiyono 2004)

Jenis data yang digunakan meliputi :

1. Data primer

Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah dengan melakukan tanya jawab peneliti dengan narasumber untuk memperoleh informasi langsung dan jelas dari responden . Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara denan karyawan dengan mengaukan beberapa pertanyaan seputar profil perusahaan, pelanggan aktif maupun yang sudah aktif .

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat penyatan tertlis kepada responden untuk dijawab. Jenis kuesioner yang digunakan penulis bersifat tertutup untuk rsponden pelangga Restoran cepat saji yaitu pertanyaan yang ditulis telah disediakan jawaba pilihan.Kuesioner yang diajukan penulis dibagi dalam tiga bagian yaiu data responden ,pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kepentingan atau harapanpelanggan dan pernyataan yang berkatan dengan tingkat kinerja atau pelaksanaan perusahaan.

2. Data sekunder

Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini akan digunakan data sekunder, yaitu studi kepustakaan untuk memperoleh teori tambahan dan sebagai sumber informasi dan data pendukung dalam penelitian.Maka dari itu digunakan bahan-bahan yang berhubungan dengan penelitian seperti buku, jurnal hasil penelitian terdahulu yang terkait dan sumber data lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

Populasi

Menurut Sujarweni dan Endarayanto (2012:13) mengatakan bahwa, “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulan”. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Restoran Cepat saji.

Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi. (Sugiyono, 2011). Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Restoran cepat saji yang diwawancarai oleh penulis Restoran cepat saji dengan minimal 2 kali telah mengonsumsi makanan dari Restoran cepat saji dan dapat dianggap memberikan informasi yang memadai bagi penelitian Pada penelitian metode pemilihan sampel yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel dengan menggunakan teknik slovin menurut Sugiyono (2011,87).Adapun penelitian ini menggunakan rumus slovin karena dalam penarikan sampel, jumlah harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan diperhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus perhitungan sederhana. Rumus slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:
sampel

n: jumlah

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance=0,1*) dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut.

Nilai e=0,1(10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e=0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentan sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin adalah antara 10-20%.

Dan populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 pelanggan aktif Restoran cepat saji dan presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian .

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = 10 / (1 + (10 * 0,1^2))$$

$$n = 9,09 \approx 10 \text{ responden}$$

Dalam penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuesioner penelitian terhadap 10 responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan statistik yang telah diterangkan diatas. Cara memilih sampel berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan Restoran Cepat Saji.

III. METODE PENELITIAN

Metode Analisis Data

Teknik analisis data adalah rancangan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan dari sumber-sumbernya, baik pengamatan dilapangan atau dari sumber-sumber lainnya yang dapat diselesaikan yang dapat disimpulkan dan diinformasikan kepada pihak.

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden metabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono 2012).

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui adanya kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti atau mengukur sah atau valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika butir pertanyaannya kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur menurut Arikunto (2010:211) mengemukakan bahwa, “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen, tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. untuk menguji validitas instrumen penelitian, penelitian menguji validitas dengan menggunakan data yang terkumpul dari 10 responden dan hasil *output*”.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Objek dalam penelitian ini adalah responden yang setidaknya dalam dua minggu terakhir telah mengonsumsi Restoran cepat saji, jumlah responden yaitu 10 orang. Berikut ini adalah hasil penyajian mengenai karakteristik responden.

Tabel 2. Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah responden	Presentase(%)
a. Pria	4	40%
b. wanita	6	60%
Total	10	100%

Dari tabel 2 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pria memiliki presentase sebesar 40% dari 10 responden , artinya bahwa jumlah responden pria terdiri dari 4 orang . Sedangkan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin wanita memiliki presentase sebesar 60% dari 10 orang responden , artinya bahwa jumlah responden wanita terdiri dari 6 orang . Restoran cepat saji ini sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis menu yang menarik bagi konsumen terutama bagi anak remaja yang pada saat ini senang berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana tempat yang sangat nyaman untuk berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana

tempat yang sangat nyaman untuk berkumpul sambil menikmati hidangan yang telah ada di Restoran cepat saji tersebut sehingga apabila dilihat dari presentasi jenis kelamin, jenis kelamin wanita paling dominan dalam penelitian ini karena remaja wanita lebih sering dan senang berkumpul bersama teman-temannya.

Tabel 3. Usia

Keterangan	Jumlah Responden	Presentase (%)
16 – 20 Tahun	7	70%
21 – 25 Tahun	3	30%
Total	10	100%

Dari tabel 3 diketahui bahwa jumlah respon berdasarkan jenis usia 16-20 tahun memiliki presentasi sebesar 70% dari 10 orang responden artinya bahwa jumlah responden yang berusia 16-20 tahun terdiri dari 7 orang. Sedangkan jumlah respon berdasarkan jenis usia 21-25 tahun memiliki presentasi sebesar 30% dari 10 orang responden artinya bahwa jumlah responden yang berusia 21-25 tahun terdiri dari 3 orang. *Restoran cepat saji* ini sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis meu yang menarik bagi konsumen berbagai usia, sebab Restoran cepat saji memberikan pelayanan dan produk makanan yang sangat memuaskan pelanggan, dilihat dari tabel diatas responden yang berusia 16-20 tahun lebih banyak di karenakan pada usia tersebut masih banyak waktu untuk berkumpul bersama teman-temannya untuk menikmati menu makanan yang sangat menarik tersebut.

Tabel 4. Pekerjaan

Keterangan	Jumlah responden	Presentase
a Pelajar/Mahasiswa	8	80%
b. Karyawan Swasta/PNS	2	20%
Total	10	100%

Dari tabel 4 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan memiliki presentase sebesar 80% dari 10 orang responden , artinya bahwa jumlah responden pelajar/mahasiswa terdiri dari 8 orang. Sedangkan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan karyawan swasta/PNS memiliki presentase sebesar 20% dari 10 orang responden, artinya bahwa jumlah responden pelajar/mahasiswa terdiri dari 2 orang. Restoran cepat saji ini sebuah restoran yang dimana memberikan berbagai jenis menu yang menarik bagi konsumen terutama bagi ana remaja yang pada saat ini senang berkumpul bersama teman-temannya dengan suasana tempat yang sangat nyaman untuk berkumpul sambil menikmati hidangan yang telah ada di Restoran cepat saji tersebut sehingga apabila dilihat dari presentasi pekerjaan, pelajar/mahasiswa paling dominan dalam penelitian ini karena pelajar/mahasiswa

lebih sering dan senang berkumpul bersama teman-temannya.

Uji Validitas

Untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada seluruh konsumen yang berada di Restoran cepat saji, untuk menguji validitas instrumen penelitian, penelitian menguji validitas dengan menggunakan data yang terkumpul dari 10 responden dan hasil *output*. Kuesioner dibuat berdasarkan pada kebutuhan pelanggan, yang diklasifikasikan ke dalam lima dimensi *Servqual* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Identifikasi atribut kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Validitas

GAP didapat dengan cara mengurangi nilai Persepsi dengan nilai Ekspektasi (Persepsi–Ekspektasi).Menganalisis jawaban dari 10 responden kemudian dilakukan uji validitas .Pada tabel berikut menunjukkan hasil perhitungan gap dengan menggunakan metode SERVQUAL responden sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji Validitas

No	Persepsi	Ekspetasi	Gap	Keterangan
1	-0,41931	0,01406	0,43337	Valid
2	0,189642	-0,1249	-0,314542	Valid
3	0,321304	0,47238	0,151076	Valid
4	0,014008	-0,323	-0,337008	Valid
5	-0,11062	0,51533	0,62595	Valid
6	-0,34444	0,57632	0,92076	Valid
7	0,235864	0,68878	0,452916	Valid
8	0,777765	0,85063	0,072865	Valid
9	0,350391	0,70857	0,358179	Valid
10	0,883586	0,775373	-0,108213	Valid

Suatu item dianggap valid jika skor total lebih besar dari 0,03.Hasil *try out* menunjukkan bahwa semua pernyataan bisa dianggap valid karena nilai *Corrected Item Total Correlation* semua pernyataan kesemuanya lebih dari 0.03. (Priyatno , 2010).

Nilai harapan yang didapatkan secara keseluruhan lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai persepsi. Tingginya seluruh nilai harapan ini mengakibatkan seluruh atribut memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi yang sebenarnya belum sesuai atau belum memenuhi keinginan pelanggan secara maksimal. Nilai gap tertinggi terdapat pada atribut 2, yaitu kebersihan ruangan restoran cepat saji. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan ruangan restoran masih dianggap sangat kurang oleh sebagian besar pelanggan. Sehingga perlu diberikan perhatian khusus oleh manajemen restoran untuk memperbaikinya .

V. PENUTUP

Kesimpulan

Nilai harapan yang didapatkan secara keseluruhan lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai persepsi. Tingginya seluruh nilai harapan ini mengakibatkan seluruh atribut memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi yang sebenarnya belum sesuai atau belum memenuhi keinginan pelanggan secara maksimal. Nilai gap tertinggi terdapat pada atribut 2, yaitu Kebersihan ruangan restoran cepat saji. Hal ini menunjukkan bahwa kebersihan ruangan restoran masih dianggap sangat kurang oleh sebagian besar pelanggan. Sehingga perlu diberikan perhatian khusus oleh manajemen restoran untuk memperbaikinya.

Sistem Informasi yang diterapkan di Restoran cepat saji yang mencakup *Operating Support System (OSS)* dan *Transaction Processing System (TPS)* telah di seting sesuai dengan memuaskan pelanggan. Sehingga setiap peningkatan penjualan, peningkatan outlet, kendala-kendala operasional tidak berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Restoran cepat saji.

Saran

Berdasarkan penelitian langsung menyarankan agar Restoran cepat saji lebih meningkatkan pelayanannya lagi, pada umumnya pelayanan yang diberikan sudah bagus, tetapi masih perlu sedikit peningkatan di bagian ketepatan waktu menghidangkan sesuai menu, karena sangat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 2010. Uji Validitas. Jakarta: PT. Salemba Embran Patria.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Mursanto. 2006. Analisis Kualitas Pelayanan. Yogyakarta: Mediakom
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni dan Endrayanto, 2012. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Bogor: PT Ghalih Indonesia.
- Yamit, Z., 2001. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zeithaml, Bitner dan Dwayne. 2009. Analisis Kepuasan Konsumen Di Jatiroso *Catering Service*. ISSN : 2338-4409. Sidoarjo: Jurnal Bisnis,
- Tjiptono, Fandy. (2005). Pemasaran jasa. Cetakan pertama. Malang: Bayumedia Publishing.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2009). Marketing management (13 th ed.). New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Alma, Buchari. (2004). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: CV Alfabeta.