

**STUDI DESKRIPTIF KUALITAS LAYANAN SAS CAFE N RESTO YANG
DI UKUR MELALUI *CUSTOMER PERCEPTION* DAN *CUSTOMER
EXPECTATION***

Sienny Megawati

Jurusan Manajemen/ Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

valentinasieny@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to identify and analyze Service Quality is measured through Customer Perception and Customer Expectation in SAS Cafe n Resto. This research was conducted at Visitors restaurant that visit in the last 6 months and have at least high school education.

Data processing was performed using SPSS windows 16.00. The sampling technique used was non-probability sampling with the type of convenience sampling. Data obtained directly from respondents who meet the characteristics specified population by distributing questionnaires. The samples used in this study was 100 respondents.

The results of this study showed a differences in gap between customer perception and customer expectation service quality in SAS Cafe n Resto

Keywords: Service, Service Quality, Customer Perception, Customer Expectations, Customer Satisfaction, Restaurant Industry.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Layanan yang diukur melalui *Customer Perception* dan *Customer Expectation* di SAS Café n Resto. Penelitian ini dilakukan pada pengunjung restoran yang berkunjung dalam 6 bulan terakhir dan memiliki pendidikan minimal SMA.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *windows SPSS 16.00*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*

dengan jenis *convenience sampling*. Data diperoleh secara langsung dari responden yang memenuhi karakteristik populasi yang ditentukan dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan *gap* antara *customer perception* dan *customer expectation* Kualitas Layanan di *SAS Cafe n Resto*.

Kata kunci : *Service, Service Quality, Customer Perception, Customer Expectation, Customer Satisfaction, Restaurant Industry*.

PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini, globalisasi membawa pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Seperti halnya yang terjadi pada perilaku masyarakat Indonesia mengenai perubahan gaya hidup. Perubahan gaya hidup terjadi karena, unsur-unsur budaya negara lain yang dengan mudah masuk ke negara Indonesia. Sarana utama masuknya perubahan ini, adalah arus informasi yang cepat menyebar melalui kemajuan teknologi. Pola makan dan gaya hidup masyarakat mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi yang merupakan informasi bagi kehidupan masyarakat dalam memilih makanan yang sehat dan bergizi. Masyarakat sekarang lebih memilih makanan di luar seperti di cafe-cafe dan restoran yang berada di pusat perkotaan, mereka menganggap hal ini lebih praktis di tengah kesibukan mereka daripada harus memasak sendiri yang membutuhkan waktu lebih lama.

Selain menjadi lebih praktis ternyata pergi ke cafe-cafe dan restoran sudah menjadi tren gaya hidup masyarakat sekarang. Khususnya para anak muda, dimana menongkrong adalah sebuah kebiasaan anak muda untuk mengisi waktu senggang di kampus, se usai jam pelajaran di sekolah, bahkan sepulang jam kantor. Anak-anak muda di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta dan Makasar memiliki hobi yang hampir sama, yaitu suka mengobrol, nongkrong sambil makan sekaligus membuat janji dengan rekan-rekan kerja mereka.

Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta, sekaligus ibukota dari provinsi Jawa Timur yang memiliki luas wilayah 326,36 km^2 dengan penduduknya berjumlah 2.813.847 jiwa (2014). Kota Surabaya juga merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Jawa Timur. Salah satu bisnis yang memiliki peluang cukup besar adalah bisnis cafe dan restoran. Bisnis cafe dan restoran merupakan bisnis yang berkembang pesat, terlihat dari banyaknya bangunan cafe-cafe dan restoran baru selama beberapa tahun terakhir. Hal ini juga didukung dengan adanya penduduk muda dari luar Pulau Jawa yang memilih kota Surabaya sebagai tempat tujuan pendidikan mereka dan banyak juga orang yang kemudian menetap di Surabaya. Sehingga menambah jumlah penduduk muda di kota ini dan membuat bisnis cafe dan restoran semakin maju, karena sebagian besar pengunjung cafe dan restoran adalah para kaum muda. Pertumbuhan bisnis cafe dan restoran juga dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya

Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya dipengaruhi oleh sektor atau sub sektor. Sektor perdagangan, hotel dan restoran adalah sektor yang memiliki peran terbesar dalam sektor ekonomi Surabaya dibandingkan sektor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha restoran menyumbang penghasilan cukup besar bagi kota Surabaya dan peluang perkembangan usaha restoran semakin besar dengan tingkat permintaan yang semakin tinggi. Pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya dari tahun 2009-2013 menunjukkan bahwa sektor perdagangan, hotel, dan restoran selalu mengalami kenaikan tiap tahunnya. Pada tahun 2009 sebesar 5.66%, tahun 2010 sebesar 8.47%, tahun 2011 sebesar 9.04%, tahun 2012 sebesar 9.02% dan tahun 2013 sebesar 8.53%. Kenaikan ini juga terjadi pada sub sektor restoran.

Salah satu bisnis yang memiliki pertumbuhan yang baik di Surabaya adalah bisnis cafe dan restoran. Dari data Badan Pusat Statistik Kota Surabaya pertumbuhan restoran dari tahun 2009-2013, yaitu tahun 2009 sebesar 5.02% , tahun 2010 sebesar 6.57%, tahun 2011 sebesar 8.45%, tahun 2012 sebesar 7.37%, dan tahun 2013 sebesar 8.63%. Maka dari itu usaha restoran memiliki peranan penting dalam perkembangan perekonomian Surabaya.

Asosiasi Pengusaha Cafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur memprediksi jumlah restoran dari berbagai kelas bakal tumbuh 15% pada tahun 2015 seiring dengan percepatan pembangunan infrastruktur di Jawa Timur, terutama di Kota Surabaya. Potensi pertumbuhan bisnis kuliner tersebut salah satunya dipacu oleh rencana pembangunan jembatan penghubung wisata Pantai Kenjeran lama dan Kenjeran baru, jalan luar lingkaran timur yang menghubungkan Suramadu-Juanda, jalan luar lingkaran barat serta Frontage Road Jl. A. Yani. Ketua Apkrindo Jatim Tjahjono Haryono mengatakan bisnis kuliner merupakan industri pendukung properti hotel, mal dan infrastruktur jalan.

Setiap tahun rata-rata jumlah restoran, cafe, hingga depot di Jawa Timur ini tumbuh sekitar 10%. Saat ini di Surabaya terdapat sekitar 500-600 restoran kelas menengah ke atas. Sementara secara keseluruhan baik cafe, restoran, maupun depot di segmen menengah ke bawah tercatat ada 2.000 usaha kuliner di Surabaya. “Jumlah itu menunjukkan bahwa bisnis kuliner sangat prospektif di Jatim,” kata Tjahjono Haryono.

Pesatnya pertumbuhan Restoran di kota Surabaya membuat pengusaha restoran berlomba untuk membuat cafe dan restoran dengan konsep yang berbeda dan mengutamakan kualitas layanan. Salah satu cafe dan restoran yang memiliki lokasi strategis, tempat yang nyaman dan unik, menu minuman dan makanan yang variatif serta cara penyajian yang berbeda adalah SAS Cafe n Resto. Di tempat ini kita dapat menikmati suasana alam pedesaan yang jauh dari keramaian kota Surabaya yang tidak dapat dinikmati di tempat lain. SAS Cafe & Resto terletak di Jl. Baskara Sawah no 30, Surabaya (depan SPBU Mulyosari)

Mengacu pada journal Dr.P, Srinivas Rao and Dr. Padma Charan Sahu (2013) yang membahas tentang “Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry” yang berarti dampak dari kualitas layanan pada kepuasan pelanggan di Industri Hotel. Journal ini menegaskan bahwa kualitas layanan digunakan untuk mengetahui Customer Satisfaction pada Industri Hotel dengan mengukur gap antara expectation dan perception dengan penilaian atribut menggunakan skala 1-5. Atribut yang menjadi penilaian adalah tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Dalam journal Dr.P, Srinivas Rao

and Dr. Padma Charan Sahu (2013) ini menggunakan obyek hotel, yaitu May Fair Hotel Bhubaneswar.

Hasil penelitian Dr.P, Srinivas Rao and Dr. Padma Charan Sahu (2013) menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan persepsi lebih tinggi dari harapan dalam semua dimensi, dan menghasilkan gap kualitas layanan yang positif. Penelitian ini dapat diperluas untuk mencakup hotel bintang lain dan untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada bisnis jasa lainnya seperti restoran, travel agencies dan airlines.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah descriptive. Penelitian ini menggambarkan mengenai kualitas layanan SAS Cafe n Resto yang diukur customer expectation dan customer perception.

Kualitas Layanan adalah perbedaan kinerja antara layanan yang ada pada SAS Cafe n Resto dengan harapan dan persepsi dari para konsumen, mengenai keunggulan layanan cafe dan restoran tersebut dengan menggunakan 5 dimensi sebagai berikut : tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy.

Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari pembagian kuesioner pada pengunjung SAS Cafe n Resto. Target populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang berdomisili di Surabaya. Karakteristik populasi yang ditetapkan adalah berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, orang yang pernah mengunjungi SAS Cafe n Resto dalam 6 bulan terakhir, memiliki pendidikan terakhir minimal SMA.

Jumlah responden yang diambil 100 responden, dengan teknik non-probability sampling, dan cara penyebarannya menggunakan convenience sampling. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan Skala (Likert) 5 poin,. Pengolahan data berupa uji validitas, uji reliabilitas, Mean, Standart deviasi, dan Servqual gap menggunakan SPSS 16 for Windows. Uji validitas dengan signifikansi kurang dari 0,05 dan korelasi lebih dari 0,4. Uji reliabilitas dengan cronbach alpha lebih dari 0,6.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembagian kuesioner dilakukan untuk uji validitas dan uji realibilitas dengan cara menyebar kuesioner sebanyak 30 kuesioner. Pembagian kuesioner tersebut dilakukan terhadap pengunjung SAS Cafe n Resto..

1. UJI VALIDITAS

Validitas adalah sejauh mana sebuah pengukuran/sekumpulan pengukuran dapat mengukur secara akurat konsep yang diteliti. Kuesioner yang dinyatakan valid akan menunjukkan bahwa setiap pernyataan-pernyataan yang terdapat didalam penelitian sudah mewakili variabel penelitian yang dilakukan.

Tabel 1

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (Expectation)

No	Pernyataan	Pearson Correlations	Sig.	Ket.
Tangibility				
1.	Seragam pelayan rapi.	0.755	0.000	VALID
2.	Ruangan restoran bersih.	0.835	0.000	VALID
3.	Fasilitas restoran menarik.	0.726	0.000	VALID
4.	Pelayan melayani dengan senyuman.	0.692	0.000	VALID
Reliability				
1.	Jam operasional tepat waktu.	0.838	0.000	VALID
2.	Waktu penyajian makanan tepat.	0.764	0.000	VALID
3.	Penyajian makanan tepat sesuai pesanan konsumen.	0.851	0.000	VALID
4.	Pelayan serius dalam menanggapi setiap keluhan konsumen.	0.680	0.000	VALID
Responsiveness				
1.	Pelayan memenuhi pesanan dengan cepat.	0.824	0.000	VALID
2.	Pelayan bersedia melakukan penggantian apabila terjadi kesalahan menu pesanan.	0.801	0.000	VALID
3.	Pelayan cepat dalam menanggapi permintaan konsumen.	0.784	0.000	VALID
Assurance				
1.	Konsumen merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh pelayan restoran.	0.811	0.000	VALID

2.	Pelayan menguasai dan mampu menjelaskan menu restoran kepada konsumen.	0.658	0.000	VALID
3.	Pelayan sopan terhadap konsumen.	0.684	0.000	VALID
4.	Pelayan teliti dalam bekerja.	0.901	0.000	VALID
5.	Pelayan mampu menjawab pertanyaan konsumen.	0.547	0.002	VALID
Emphaty				
1.	Pelayan menyapa konsumen sebagai bentuk kepedulian (tidak acuh).	0.816	0.000	VALID
2.	Pelayan mampu mengetahui kebutuhan konsumen.	0.784	0.000	VALID
3.	Pelayan bersedia meminta maaf jika melakukan kesalahan.	0.777	0.000	VALID

Pada Tabel 1 ini adalah hasil pengujian validitas terhadap kuesioner yang digunakan mengenai seluruh dimensi-dimensi Kualitas Layanan pada SAS Cafe n Resto, yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 16 for windows. Tabel ini menunjukkan bahwa hasil dari semua pernyataan untuk seluruh dimensi Kualitas Layanan berdasarkan Expectation pada SAS Cafe n Resto dianggap valid karena tingkat signifikansinya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau $<0,05$ dan korelasi $>0,4$.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (Perception)

No	Pernyataan	Pearson Correlations	Sig.	Ket.
Tangibility				
1.	Seragam pelayan rapi.	0.640	0.000	VALID
2.	Ruangan restoran bersih.	0.655	0.000	VALID
3.	Fasilitas restoran menarik.	0.826	0.000	VALID
4.	Pelayan melayani dengan senyuman.	0.673	0.000	VALID
Reliability				
1.	Jam operasional tepat waktu.	0.797	0.000	VALID
2.	Waktu penyajian makanan tepat.	0.605	0.000	VALID
3.	Penyajian makanan tepat sesuai pesanan konsumen.	0.643	0.000	VALID

4.	Pelayan serius dalam menanggapi setiap keluhan konsumen.	0.757	0.000	VALID
Responsiveness				
1.	Pelayan memenuhi pesanan dengan cepat.	0.881	0.000	VALID
2.	Pelayan bersedia melakukan penggantian apabila terjadi kesalahan menu pesanan.	0.889	0.000	VALID
3.	Pelayan cepat dalam menanggapi permintaan konsumen.	0.656	0.000	VALID
Assurance				
1.	Konsumen merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh pelayan restoran.	0.749	0.000	VALID
2.	Pelayan menguasai dan mampu menjelaskan menu restoran kepada konsumen.	0.806	0.000	VALID
3.	Pelayan sopan terhadap konsumen.	0.734	0.000	VALID
4.	Pelayan teliti dalam bekerja.	0.775	0.000	VALID
5.	Pelayan mampu menjawab pertanyaan konsumen.	0.604	0.000	VALID
Emphaty				
1.	Pelayan menyapa konsumen sebagai bentuk kepedulian (tidak acuh).	0.822	0.000	VALID
2.	Pelayan mampu mengetahui kebutuhan konsumen.	0.770	0.000	VALID
3.	Pelayan bersedia meminta maaf jika melakukan kesalahan.	0.687	0.000	VALID

Tabel 2 ini menunjukkan bahwa hasil dari semua pernyataan untuk seluruh dimensi Kualitas Layanan dianggap valid karena tingkat signifikansinya lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau $<0,05$ dan korelasi $>0,4$.

2. UJI REALIBILITAS

Setelah dilakukan uji validitas, tahap yang akan dilakukan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas akan menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas adalah penilaian derajat konsistensi pengukuran antar indikator (multiple measurement) dari sebuah variabel. Pengukuran konsistensi diukur dari tanggapan yang diberikan individu antar 2 poin (indikator) dalam

waktu yang bersamaan (Hair et al, 2010:125). Uji ini bertujuan untuk mengetahui reliabilitas jenis-jenis pernyataan dalam kuesioner. Artinya untuk mengetahui apakah responden telah menjawab setiap pernyataan dengan konsisten atau tidak. Dengan menggunakan SPSS 16 for windows variabel dianggap reliable jika cronbach alpha > 0,6.

Tabel 3

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (Expectation)

No.	Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Tangibility	0.741	RELIABEL
2.	Reliability	0.782	RELIABEL
3.	Responsiveness	0.723	RELIABEL
4.	Assurance	0.773	RELIABEL
5.	Emphaty	0.700	RELIABEL

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas untuk mengukur dimensi-dimensi Kualitas Layanan dari expectation di SAS Cafe n Resto memiliki nilai yang reliabel. Hal ini dapat dilihat dari nilai cronbach alpha tiap dimensi memiliki nilai diatas 0,6.

Tabel 4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (Perception)

No.	Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Tangibility	0.634	RELIABEL
2.	Reliability	0.643	RELIABEL
3.	Responsiveness	0.743	RELIABEL
4.	Assurance	0.781	RELIABEL
5.	Emphaty	0.638	RELIABEL

Tabel 4 menunjukkan bahwa uji reliabilitas untuk mengukur dimensi-dimensi Kualitas Layanan dari segi perception di SAS Cafe n Resto adalah reliabel. Dimana hal ini dapat dilihat nilai cronbach alpha tiap dimensi menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6 yang berarti masing-masing pernyataan di dalam kuesioner reliabel.

DESKRIPSI HASIL PENELITIAN

Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 100 responden dengan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, orang yang pernah mengunjungi SAS Cafe n Resto dalam 6 bulan terakhir, memiliki pendidikan terakhir minimal SMA dan responden yang berdomisili di Surabaya. Dengan deskripsi profil, antara lain jenis kelamin, pendidikan terakhir, domisili, kunjungan, jumlah kunjungan, usia dan pekerjaan.

Dari 100 responden yang ada, dilakukan klasifikasi untuk memudahkan dalam melihat karakteristik responden. Berikut ini merupakan deskripsi profil berdasarkan jenis kelamin.

3. Mean, Standard Deviation dan Servqual gap

Tabel 5

Mean, Standard Deviation dan Servqual Gap Keseluruhan dari Dimensi Kualitas Layanan

No	Dimensi Kualitas Layanan	Customer Perception			Customer Expectation			Servqual Gap
		Mean	S.D	Level	Mean	S.D	Level	
1	Tangibility	3.51	1.108	Tinggi	4.33	0.737	Tertinggi	-0.82
2	Reliability	3.58	1.109	Tinggi	4.3	0.707	Tertinggi	-0.72
3	Responsiveness	3.4	1.149	Tinggi	4.34	0.695	Tertinggi	-0.94
4	Assurance	3.54	1.136	Tinggi	4.2	0.728	Tertinggi	-0.66
5	Emphaty	3.36	1.178	Tinggi	4.32	0.722	Tertinggi	-0.96
Overall Mean Score		3.47	1.136		4.29	0.717		-0.82

Tabel 5 menunjukkan bahwa keseluruhan dimensi Kualitas Layanan dari perception berada pada level 3,47, dimana skor tertinggi ada pada dimensi reliability dengan skor 3,58. Sedangkan dari expectation menunjukkan keseluruhan dari dimensi Kualitas Layanan berada pada level 4,29, dimana skor tertinggi ada pada dimensi responsiveness dengan skor 4,34. Gap yang paling tinggi pada dimensi Kualitas layanan berada pada dimensi emphaty yaitu dengan skor -0,96.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, untuk kategori jenis kelamin sebagian besar responden adalah berjenis kelamin laki-laki. Untuk kategori pendidikan, keseluruhan responden memiliki pendidikan terakhir minimal yaitu SMA. Dari segi responden yang datang kebanyakan berdomisili di Surabaya. Untuk kategori kunjungan keseluruhan responden pernah berkunjung ke SAS Cafe n Resto dalam 6 bulan terakhir. Untuk jumlah kunjungan, sebagian besar responden berkunjung sebanyak >6 kali. Dilihat dari usia, sebagian besar responden berusia 20-24 tahun. Dan yang terakhir untuk kategori pekerjaan, sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa.

Persepsi pengunjung restoran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pengunjung menilai bahwa layanan yang diberikan oleh SAS Cafe n Resto sudah cukup baik. Total mean pada dimensi Kualitas Layanan dari persepsi sebesar 3,47 dan total mean pada ekspektasi sebesar 4,29. Nilai mean skor ekspektasi lebih besar dari pada persepsi, hal ini menunjukkan kepuasan yang dirasakan pengunjung masih lebih rendah dibandingkan dengan harapan mereka pada SAS Cafe n Resto. Hal ini membuktikan bahwa pengunjung belum merasa puas setelah membandingkan kinerja dari layanan yang diberikan oleh pelayan SAS Café n Resto dengan apa yang diharapkan para pengunjung.

Selanjutnya untuk mengetahui dimensi mana yang memiliki gap yang paling besar, maka dicari gap antara mean persepsi dengan mean ekspektasi dari masing-masing dimensi Kualitas Layanan. Dimensi Emphaty memiliki gap -0,96 yang menjadi gap paling besar diantara dimensi yang lain. Dimensi emphaty mendapatkan skor gap yang paling tertinggi karena pengunjung memiliki ekspektasi yang terlalu tinggi namun pada kenyataan persepi atau kinerja yang ada tidak sesuai dengan yang diharapkan. Kemudian dimensi responsiveness menyusul dengan gap -0,94 lalu dimensi tangibility dengan gap -0,82 kemudian dimensi reliability dengan gap -0,72 dan yang terakhir dimensi assurance dengan gap -0,66. Hal ini membuktikan bahwa assurance berkontribusi tinggi pada pengunjung.

Dimensi tangibility terdapat 4 indikator yang menggambarkan dimensi tangibility, yaitu: seragam pelayan rapi, ruangan restoran bersih, fasilitas restoran menarik, pelayan melayani dengan senyuman. Nilai gap yang paling besar diantara indikator yang ada pada dimensi tangibility ada pada pernyataan ruangan restoran bersih sebesar -1,23. Untuk nilai gap yang paling kecil ada pada pernyataan nomor 1, yaitu seragam pelayan rapi sebesar -0,34.

Dimensi reliability terdapat 4 indikator yang menggambarkan dimensi reliability, yaitu: jam operasional tepat waktu, waktu penyajian makanan tepat, penyajian makanan tepat sesuai pesanan konsumen, pelayan serius dalam menanggapi setiap keluhan konsumen. Nilai gap yang paling besar diantara indikator yang ada pada dimensi reliability ada pada pernyataan waktu penyajian makanan tepat sebesar -1,17. Untuk nilai gap yang paling kecil ada pada pernyataan nomor 1, yaitu jam operasional tepat waktu sebesar -0,08.

Dimensi responsiveness terdapat 3 indikator yang menggambarkan dimensi responsiveness, yaitu: pelayan memenuhi pesanan dengan cepat, pelayan bersedia melakukan penggantian apabila terjadi kesalahan menu pesanan. Nilai gap yang paling besar diantara indikator yang ada pada dimensi responsiveness ada pada pernyataan pelayan memenuhi pesanan dengan cepat sebesar -1,03. Untuk nilai gap yang paling kecil ada pada pernyataan nomor 2, yaitu pelayan bersedia melakukan penggantian apabila terjadi kesalahan menu pesanan sebesar -0,88.

Dimensi assurance terdapat 5 indikator yang menggambarkan dimensi assurance, yaitu: konsumen merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh pelayan restoran, pelayan menguasai dan menjelaskan menu restoran kepada konsumen, pelayan sopan terhadap konsumen, pelayan teliti dalam bekerja, pelayan mampu menjawab pertanyaan konsumen. Nilai gap yang paling besar diantara indikator yang ada pada dimensi assurance ada pada pernyataan pelayan menguasai dan mampu menjelaskan menu restoran kepada konsumen sebesar -0,86. Untuk nilai gap yang paling kecil ada pada pernyataan nomor 1, yaitu konsumen merasa nyaman dengan layanan yang diberikan oleh pelayan restoran sebesar -0,63.

Dimensi *emphaty* terdapat 3 indikator yang menggambarkan dimensi *emphaty*, yaitu: pelayan menyapa konsumen sebagai bentuk kepedulian (tidak acuh), pelayan mampu mengetahui kebutuhan konsumen, pelayan bersedia meminta maaf jika melakukan kesalahan. Nilai gap yang paling besar diantara indikator yang ada pada dimensi *emphaty* ada pada pernyataan pelayan mampu mengetahui kebutuhan konsumen sebesar -1,08. Untuk nilai gap yang paling kecil ada pada pernyataan nomor 1, yaitu pelayan menyapa konsumen sebagai bentuk kepedulian (tidak acuh) sebesar -0,85.

Secara keseluruhan, penelitian ini mendukung penelitian Winy Salim dan Dr. Hartono Subagio, S.E., M.M. (2013) dimana hasil keseluruhan dimensi Kualitas Layanan mempunyai nilai gap negatif. Hal ini berarti layanan yang diberikan SAS Cafe n Resto selama ini masih belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan konsumen atau kepuasan yang dirasakan oleh konsumen masih lebih rendah dibanding harapan konsumen terhadap Kualitas Layanan yang diberikan SAS Cafe n Resto. Terlihat dari nilai gap tertinggi terdapat pada dimensi *emphaty*, yaitu dengan nilai mean sebesar -0,96. Sedangkan nilai gap terendah terdapat pada dimensi *assurance* yaitu dengan nilai mean sebesar -0,66.

REKOMENDASI

Berdasarkan keseluruhan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan untuk SAS Cafe n Resto dan untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari hasil tanggapan responden SAS Cafe n Resto pada dimensi *tangibility* terdapat indikator nilai gap negatif yang paling besar yaitu soal ruangan restoran bersih, diharapkan di waktu yang akan datang SAS Cafe n Resto dapat mengatasi masalah kebersihan ruangan restoran, karena termasuk item yang berpengaruh pada faktor Kualitas Layanan. Mengatasi masalah kebersihan ruangan restoran dengan cara melakukan *briefing* setiap pagi kepada para pelayan untuk berjaga-jaga di area yang sudah ditentukan dan setiap pelayan bertanggung jawab atas beberapa

meja, hal ini dimaksudkan agar pelayan lebih memperhatikan kebersihan tiap-tiap gazebo/ruangan dan juga membersihkan meja dengan segera setelah pengunjung selesai makan. Tidak hanya meja saja yang perlu diperhatikan pelayan juga harus menjaga kebersihan lantai gazebo/ruangan. Setiap bulan mengadakan program pembersihan secara keseluruhan mulai dari kolamancing, langit-langit gazebo, kipas angin, toilet, wastafel, dapur, dll. Menambahkan alat serangga agar terbebas dari hewan-hewan seperti nyamuk, lalat dan serangga.

2. Berdasarkan dari hasil tanggapan responden SAS Cafe n Resto pada dimensi reliability terdapat indikator nilai gap negatif yang paling besar yaitu soal waktu penyajian makanan tepat, diharapkan di waktu yang akan datang masalah ketepatan waktu penyajian makanan dapat diatasi karena termasuk item yang berpengaruh pada faktor Kualitas Layanan. Mengatasi masalah ketepatan waktu penyajian makanan bisa dengan cara menerapkan standard waktu penyajian makanan yang telah ditetapkan oleh pihak SAS Cafe n Resto.
3. Berdasarkan dari hasil tanggapan responden SAS Cafe n Resto pada dimensi responsiveness terdapat indikator nilai gap negatif yang paling besar yaitu soal pelayan memenuhi pesanan dengan cepat, diharapkan di waktu yang akan datang SAS Cafe n Resto dapat mengatasi masalah tersebut karena termasuk item yang berpengaruh pada faktor Kualitas Layanan. Mengatasi masalah-masalah tersebut bisa dengan cara pelayan harus sigap dalam menghadapi pengunjung mulai dari mencatat pesanan, mengulang pesanan, dan menyajikan pesanan.
4. Berdasarkan dari hasil tanggapan responden SAS Cafe n Resto pada dimensi assurance terdapat indikator nilai gap negatif yang paling besar yaitu soal pelayan menguasai dan mampu menjelaskan menu restoran kepada konsumen, diharapkan di waktu yang akan datang SAS Cafe n Resto dapat mengatasi masalah tersebut karena termasuk item yang berpengaruh pada faktor kualitas layanan. Mengatasi masalah-masalah tersebut bisa dengan cara pelayan harus bisa menghafalkan setiap menu

dan rasa masakan serta bahan-bahan yang ada pada masakan, sehingga ketika pengunjung bertanya pelayan dapat menjawab dengan cepat dan mudah dipahami oleh pengunjung.

5. Berdasarkan dari hasil tanggapan responden SAS Cafe n Resto pada dimensi empathy terdapat indikator nilai gap negatif yang paling besar yaitu soal pelayan mampu mengetahui kebutuhan konsumen, diharapkan di waktu yang akan datang SAS Cafe n Resto dapat mengatasi masalah tersebut karena termasuk item yang berpengaruh pada faktor kualitas layanan. Mengatasi masalah-masalah tersebut bisa dengan cara pihak manajemen menghimbau kepada setiap pelayan untuk mengontrol setiap meja apakah meja tersebut sudah tersedia tissue, tusuk gigi, dll tanpa diminta oleh pengunjung. Dimensi empathy juga merupakan dimensi yang memiliki nilai gap negatif yang paling besar dari dimensi Kualitas Layanan lainnya. Untuk menjaga hubungan baik dengan pengunjung tentu pihak SAS cafe n Resto harus memberikan dorongan kepada para pelayan untuk lebih peka lagi terhadap pengunjung dengan selalu menanyakan apa yang dibutuhkan oleh pengunjung. Pihak SAS Cafe n Resto juga harus meningkatkan kemampuan skill komunikasi para pelayan seperti memberi pelatihan sehingga dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh pengunjung, sehingga dimensi ini menjadi prioritas utama bagi SAS Cafe n Resto dalam meningkatkan kualitas layanannya kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Cox, R., Brittain, P., 2000, *Retail Management*, Essex: Pearson Education.
- Dr. P. Srinivas Rao dan Dr. Padma Charan Sahu, 2013, Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry, *IOSR Journal Of Humanities And Social Science*, Vol 18, Issue 5, pages 39-44.
- Frankel, J. and Wallen, N., 1993, *How to Design and evaluate research in education*, 2nd ed, New York: McGraw-Hill Inc.
- Jurusan Manajemen FBE Ubaya, 2012, *Pedoman Penulisan Skripsi Jurusan Manajemen*, Fakultas Bisnis dan Ekononika, Universitas Surabaya.

- Kotler, Philip dan Keller, KL, 2006, *Marketing Management 12e International Edition*, Upper Saddle River.
- Kotler, P., Keller K.L., 2012, *Marketing Management (Fourteenth Edition)*, New Jersey, Prentice Hall.
- Kuncoro, Mudrajad, 2003, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta, Erlangga.
- Lovelock, C. Dan L.K. Wright, 2005, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, PT Indeks.
- Parasuraman A, Zeithaml VA, Berry LL, 1988, *SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. J. Mark.*, 64(1): 12-40.
- Schiffman, Leon G., Kanuk L.L., 2007, *Customer Behavior*, Ninth Edition, Pearson Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Malang.
- Valarie A. Zeithaml, Parasuraman And Leonard L. Berry, 1990, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*, New York: The Free Press.
- Wijaya, S., 2005, *Studi Eksploratif Perilaku Mahasiswa UK. Petra dalam Memilih Fast Food Restaurant dan Non Fast Food Restaurant di Surabaya*, Jurusan Manajemen Perhotelan, Fakultas Ekonomi – Universitas Kristen Petra (80-86).
- Salim, W., dan Hartono, S., 2013, Analisa Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction Rempah Indonesian Restaurant, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol 1, No. 2, 1-9.
- Zeithaml, Valerie A., and Mary Jo Bitner, 1996, *Service Marketing*, Mc Graw – Hill Internasional Editions, New York.
- Budi Hartono, 2014, *Zaman Semakin Canggih Gaya Hidup Berubah Pesat*. <http://www.siperubahan.com/read/523/Zaman-semakin-canggih-gaya-hidup-berubah-pesat> diunduh pada tanggal 30 September 2015.

- Antara News, 2015, *Nongkrong Di Cafe Jadi Gaya Hidup*.
<http://www.antarane.ws.com/print/300726/nongkrong-di-cafe-jadi-gaya-hidup>
diunduh pada tanggal 30 September 2015.
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2015, *Surabaya Dalam Angka*,
http://surabayakota.bps.go.id/website/pdf_publicasi/Surabaya-Dalam-Angka-2015.pdf diunduh pada tanggal 30 September 2015.
- Life Style, 2014, *Percepatan Infrastruktur Bakal Pacu Pertumbuhan 15%*.
<http://lifestyle.bisnis.com/read/20140914/223/257191/percepatan-infrastruktur-bakal-pacu-pertumbuhan-15> diunduh pada tanggal 2 Oktober 2015.
- SAS Management, 2013, *About SAS cafe n resto*,
<http://www.sascafenresto.com/> diunduh pada tanggal 2 Oktober 2015.
- Tripadvisor, 2015, *Review SAS cafe n resto*,
http://www.tripadvisor.com/Restaurant_Review-g297715_d5979293-Reviews-SAS_cafe_n_resto-Surabaya_East_Java_Java.html diunduh pada tanggal 2 Oktober 2015.