
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Oleh:

Gabriella Kylie¹

I Made Dwi Budiana Penindra²

I Wayan Bandem Adnyana³

Universitas Udayana

Alamat: JL. Raya Kampus Unud, Jimbaran, Kec. Kuta Sel., Kabupaten Badung, Bali
(80361).

Korespondensi Penulis: gabriella.kylie37@student.unud.ac.id,
budiana_penindra@yahoo.com, bandem.aiwa@yahoo.com.

Abstract. *The growing competition in the culinary industry in Canggu requires restaurants to continuously improve service quality to maintain customer satisfaction. This study was conducted at Restoran XYZ Canggu to analyze customer satisfaction with service quality and to identify service improvement priorities. The DINESERV model was applied to assess service quality across five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The Customer Satisfaction Index (CSI) was used to determine the overall level of customer satisfaction, while the Importance Performance Analysis (IPA) was employed to map service attributes based on their importance and performance levels. The results showed that the CSI value reached 64.82%, categorized as “Fairly Good.” The IPA findings identified six key attributes that require improvement, including error-handling speed, service consistency, service promptness, staff’s ability to answer customer inquiries, as well as empathy and sympathy shown by staff when dealing with customers. These findings suggest that Restoran XYZ*

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Canggu should focus on enhancing staff speed, consistency, and sensitivity in delivering services to achieve higher levels of customer satisfaction.

Keywords: *Customer Satisfaction, DINESERV, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Service Quality.*

Abstrak. Persaingan industri kuliner di kawasan Canggu menuntut setiap restoran untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Restoran XYZ Canggu dengan tujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan dan menentukan prioritas perbaikan pelayanan. Metode yang digunakan adalah DINESERV untuk mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Selanjutnya, digunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan, serta *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk memetakan atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja aktualnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai CSI sebesar 64,82%, yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik.” Analisis IPA mengidentifikasi enam atribut prioritas utama yang perlu diperbaiki, yaitu kecepatan penanganan kesalahan, konsistensi layanan, kecepatan pelayanan, kemampuan staf dalam menjawab pertanyaan, serta empati dan sikap simpatik staf terhadap pelanggan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar manajemen Restoran XYZ Canggu meningkatkan kecepatan, konsistensi, dan kepekaan staf dalam memberikan layanan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat ke tingkat yang lebih optimal.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, DINESERV, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA).*

LATAR BELAKANG

Industri *food and beverage* (F&B) merupakan salah satu sektor yang berkembang dan memberikan kontribusi untuk negara. Di kutip dari (Revanda, 2024), Kementerian Perindustrian (Kemenperin) melaporkan bahwa industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 5,53% pada triwulan ke – II tahun 2024 dan tercatat berhasil memberikan

kontribusi sebesar 40,33% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas. Di tengah meningkatnya gaya hidup konsumtif dan tingginya mobilitas wisatawan, khususnya di kawasan wisata seperti Bali, bisnis restoran menjadi salah satu pilihan usaha yang menjanjikan. Berdasarkan (BPS, 2024) data Provinsi Bali, jumlah unit usaha di sektor penyediaan makanan dan minuman di Kabupaten Badung mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2024, mencapai 7.142 unit. Sebelumnya, jumlah unit usaha tercatat sebanyak 823 unit pada tahun 2022 dan 869 unit pada tahun 2023. Pertumbuhan ini mencerminkan peluang yang besar namun juga memperkuat tingkat persaingan antar pelaku usaha, terutama di wilayah yang menjadi destinasi kuliner seperti Canggu, Kabupaten Badung. Persaingan yang ketat dalam industri ini menuntut restoran untuk memberikan layanan berkualitas tinggi guna menjaga kepuasan pelanggan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, restoran diharapkan untuk tidak hanya menyajikan makanan berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

Salah satu faktor dalam memenangkan persaingan pasar adalah kepuasan pelanggan (Delvi, 2015). Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perasaan bahagia atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan pengalaman layanan yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya (Anita, 2020). Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat reputasi perusahaan, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Sebaliknya, ketidakpuasan pelanggan dapat berujung pada hilangnya pelanggan, penurunan pendapatan, dan kerusakan citra Perusahaan (Syafa'a & Soepatini, 2025). Menurut (Ananda & Pradini, 2022) dalam penelitiannya di McDonald's Jatipadang, ditegaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki peran utama dalam membentuk kesan positif terhadap restoran dan mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung. Namun, dalam penelitian tersebut juga ditemukan bahwa ketika restoran sedang ramai dan mengakibatkan pelayanan menjadi lambat atau ketika terjadi kesalahan dalam pelayanan, pelanggan cenderung merasa tidak puas dan memilih untuk berpindah restoran. Hal ini mengindikasikan bahwa hambatan dalam mempertahankan kualitas layanan masih merupakan isu yang signifikan. Dengan demikian, evaluasi kepuasan konsumen merupakan pendekatan kunci yang perlu diperhatikan oleh setiap restoran untuk dapat *survive* di tengah kompetisi yang semakin sengit.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

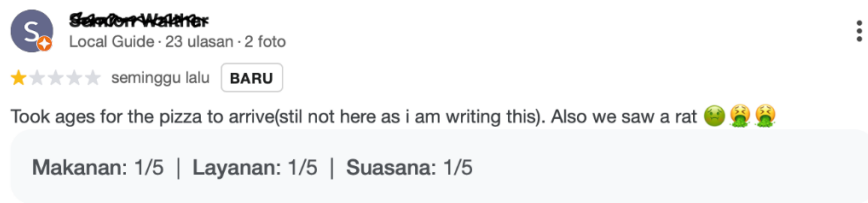
Hal serupa juga terjadi di restoran khas Italia, Restoran XYZ, yang bertempat di Canggu, Kabupaten Badung, Bali. Restoran ini dikenal dengan sajian makanan khas Italia serta suasana yang santai. Perlu menjadi perhatian bahwa restoran ini bukan satu-satunya restoran Italia yang beroperasi di kawasan Canggu. Dalam jarak yang berdekatan, terdapat sejumlah restoran lain yang menawarkan konsep serupa dan menjadi pesaing langsung, seperti Numero Quattro Echo Beach, Pizza Fabbrica, Te'amo, Artista Cucina, Bottega Italiana.

Berdasarkan penelusuran Google *Review* periode Januari hingga April 2025, Restoran XYZ memiliki tingkat ulasan bintang rendah dengan jumlah yang lebih banyak dibandingkan kompetitornya. Dalam periode tersebut, tercatat sebanyak 26 ulasan negatif dari total 120 ulasan. Tabel 1.1 menyajikan perbandingan rating, jumlah ulasan total, jumlah ulasan negatif dari masing-masing restoran untuk memperlihatkan posisi Luigis dibandingkan pesaingnya.

Tabel 1. 1 Data Ulasan Restoran Kompetitor

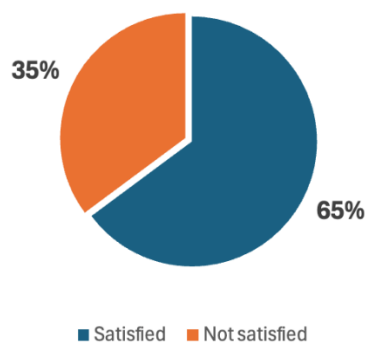
Nama Restoran	Rating Google	Jumlah Ulasan	Ulasan Negatif (Bintang 1 - 3)
Restoran XYZ	4.3	120	26
Numero Quattro Echo Beach	4.7	330	19
Pizza Fabbrica	4.6	310	25
Te'amo	4.8	160	6
Artista Cucina	5.0	82	2
Bottega Italiana	4.4	340	47

Ulasan negatif yang tinggi menunjukkan adanya masalah dalam kepuasan pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan pihak manajemen, kunjungan harian Restoran XYZ dapat mencapai 150 hingga 300 orang dimana hanya sebagian kecil pelanggan yang memberikan pengalamannya melalui ulasan online. Beberapa keluhan pelanggan terhadap pelayanan Restoran XYZ Canggu dapat ditemukan melalui platform Google Review . Salah satu ulasan menyebutkan ketidakpuasan terhadap waktu tunggu yang lama dan sikap staf yang kurang ramah. Selain itu, terdapat juga review yang menyinggung masalah kebersihan. Salah satu ulasan pelanggan yang ditampilkan pada gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Tangkapan Ulasan Pelanggan

Studi pendahuluan juga telah dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan Restoran XYZ Canggü. Studi ini dilakukan selama 2 minggu melalui survei online menggunakan StrawPoll dan diisi oleh 91 voters secara acak setelah berkunjung dari Restoran XYZ. Survei ini bersifat eksploratif dan hanya terdiri dari satu pertanyaan mengenai tingkat kepuasan pelanggan dengan pilihan jawaban “*Satisfied*” atau “*Not Satisfied*”. Hasil dari studi pendahuluan yang ditunjukkan oleh Gambar 1.1 menunjukkan bahwa 35% voters menyatakan tidak puas.



Gambar 1. 2 Hasil Survei Studi Pendahuluan

Sumber: Diolah oleh Penulis, 2025

Dalam industri F&B, ulasan pelanggan memiliki peran krusial sebagai gambaran kualitas layanan dan pengalaman konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Barau, et al., 2024) ulasan online tidak hanya memengaruhi keputusan konsumen untuk mengunjungi suatu restoran, tetapi juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Dalam konteks industri ini, ulasan yang baik dapat membangun kepercayaan pelanggan dan mendorong mereka untuk menganjurkan restoran kepada pihak lain, sementara ulasan buruk dapat memengaruhi penjualan dan citra restoran secara substansial. Ini menandakan bahwa pengelolaan reputasi daring yang efektif sangat krusial bagi restoran untuk menarik dan menahan pelanggan, khususnya di zaman digital sekarang ini di mana konsumen semakin mengandalkan data yang ada di

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

internet sebelum mengambil keputusan membeli. Dengan demikian, restoran perlu aktif dalam mengelola ulasan pelanggan dan merespons umpan balik untuk meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman konsumen di sektor *food and beverage*.

Meskipun ulasan pelanggan baik dari Google Review maupun survei pendahuluan telah menunjukkan adanya indikasi masalah dalam Restoran XYZ, sistem evaluasi yang digunakan selama ini masih bersifat reaktif dan belum terstruktur. Saat ini, manajemen restoran hanya mengandalkan ulasan dari platform online seperti Google Review sebagai sumber informasi utama mengenai kualitas layanan atau melalui komentar langsung pelanggan di tempat. Namun, ulasan tersebut bersifat subjektif, tidak terstruktur, dan hanya mewakili sebagian kecil dari keseluruhan pelanggan. Selain itu, ulasan online tidak memberikan data terukur dan sistematis yang dapat digunakan untuk analisis prioritas perbaikan layanan secara manajerial. Hingga saat ini, belum pernah dilakukan penelitian berbasis data yang sistematis dan terukur untuk memahami secara menyeluruh tingkat kepuasan pelanggan di Restoran XYZ, sehingga pengambilan keputusan untuk peningkatan layanan belum dapat didasarkan pada informasi yang valid. Untuk mengatasi masalah tersebut secara lebih lanjut, diperlukan pendekatan yang dapat menilai tingkat kepuasan pelanggan dalam bentuk angka dan menentukan urutan prioritas perbaikan layanan. Metode Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index* atau CSI) digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat kepuasan pelanggan dalam bentuk angka, sedangkan pendekatan Analisis Kepentingan dan Kinerja (*Importance Performance Analysis* atau IPA) diterapkan untuk mengidentifikasi elemen layanan yang perlu dipertahankan dan yang harus menjadi prioritas peningkatan. Selain itu, untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan cocok dengan karakteristik khusus industri restoran, penelitian ini mengadopsi atribut layanan berdasarkan dimensi DINESERV, yaitu model pengukuran kualitas layanan yang dikembangkan khusus untuk mengukur kualitas layanan dalam industri makanan dan minuman (*food and beverage*).

Seperti dalam penelitian (Putra & Wulandani, 2022), Studi ini menyelidiki tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan di Restoran Mie Kober Jimbaran dengan menerapkan metode Servqual dan Analisis Kepentingan dan Kinerja (*Importance Performance Analysis* atau IPA). Temuan analisis mengungkapkan bahwa rata-rata

kepuasan pelanggan mencapai nilai 3,90, yang menandakan bahwa konsumen merasa cukup terpuaskan dengan layanan yang diperoleh. Akan tetapi, ada beberapa elemen layanan yang masih butuh perbaikan, khususnya berkaitan dengan kecocokan antara layanan yang dijanjikan dan yang disediakan, serta ketanggapan karyawan dalam memenuhi permintaan pelanggan. Kedua elemen tersebut diklasifikasikan sebagai prioritas utama karena menunjukkan adanya perbedaan negatif antara harapan konsumen dan pelaksanaan layanan. Dengan demikian, penelitian ini menekankan urgensi peningkatan pada aspek tersebut supaya Restoran Mie Kober Jimbaran mampu menjaga dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan ke depannya.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya strategis dalam memahami dan meningkatkan kualitas layanan di Restoran XYZ Canggu secara sistematis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berbasis data kepada manajemen dalam merumuskan kebijakan perbaikan layanan yang lebih tepat sasaran, memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing Restoran XYZ Canggu di tengah persaingan industri restoran di kawasan Canggu yang semakin ketat. Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai upaya strategis dalam memahami dan meningkatkan kualitas layanan di Restoran XYZ Canggu secara sistematis. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berbasis data kepada manajemen dalam merumuskan kebijakan perbaikan layanan yang lebih tepat sasaran, memperkuat kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta meningkatkan daya saing Restoran XYZ Canggu di tengah persaingan industri restoran di kawasan Canggu yang semakin ketat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini akan berfokus pada tiga permasalahan utama, yaitu :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan di Restoran XYZ Canggu berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Apa saja yang harus di tingkatkan dan di pertahankan berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan di Restoran XYZ Canggu menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

2. Mengetahui prioritas perbaikan layanan melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Batasan masalah bertujuan untuk mencegah lingkup masalah menjadi terlalu luas. Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pelanggan yang datang langsung (*dine-in*) ke Restoran XYZ, tidak mencakup pelanggan *take-away*.
2. Penelitian ini hanya mencakup periode Januari hingga Agustus 2025.

Berdasarkan tujuan dari latar belakang yang disebutkan di atas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pemangku kepentingan. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam bidang manajemen operasional, khususnya dalam memahami tingkat kepuasan pelanggan dan memetakan prioritas perbaikan layanan di industri restoran. Penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai pengukuran kualitas layanan berbasis data kuantitatif, dengan menggabungkan metode CSI dan IPA untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang harapan, persepsi, dan performa aktual dari pelayanan restoran.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat bagi perusahaan yaitu, penelitian ini dapat membantu manajemen Restoran XYZ Canggü dalam merumuskan strategi peningkatan layanan, terutama di tengah dinamika operasional, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dan produktivitas secara keseluruhan.

KAJIAN TEORITIS

Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka berfungsi sebagai fondasi untuk memahami latar belakang dan hubungan antar elemen dalam studi ini. Melalui proses tinjauan pustaka, diperoleh wawasan yang lebih komprehensif mengenai subjek yang dikaji serta penentuan celah atau potensi untuk kemajuan di kemudian hari. Ini mencakup identifikasi kesenjangan, konteks, dan signifikansi dalam penelitian ini. Berikut merupakan posisi penelitian dijelaskan dalam tabel 2.1.

Tabel 2. 1 Posisi Penelitian

No	Komponen Pembanding	(Putra & Wulandani, 2022)	(Aulia & Wibawa, 2020)	(Nugroho & Samanhudi, 2020)	(Damanik, 2022)	Kylie, (2025)
1	Metode	<i>SERVQUAL & Importance Performance Analysis (IPA)</i>	<i>CLI (Customer Loyalty Index)</i> dan <i>CSI (Customer Satisfaction Index)</i>	<i>SERVQUAL & SWOT</i>	Kano Model	CSI & IPA serta pendekatan DINESERV
2	Objek Penelitian	Restoran Mie Kober, Jimbaran	Konsumen Toko Ritel MakeOver di Surabaya	Restoran XYZ Surabaya	Konsumen Minyak Goreng	Restoran XYZ Cangu
4	Alat Pengolahan Data	MS Excel	Manual	Manual	Manual	MS Excel dan SPSS
5	Judul	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran	<i>Pengukuran Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Toko Ritel Kosmetik MakeOver di Surabaya</i>	Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i> dan Merancang Strategi Pemasaran dengan Metode SWOT pada Restoran XYZ	Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Minyak Goreng Dengan Metode Kano	Analisis Kepuasan Pelanggan dan Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Di Restoran XYZ Dengan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i>

Tabel 2. 1 Lanjutan Posisi Penelitian

No	Komponen Pembanding	(Putra & Wulandani, 2022)	(Aulia & Wibawa, 2020)	(Nugroho & Samanhudi, 2020)	(Damanik, 2022)	Kylie, (2025)
6	Hasil Penelitian	Dimensi kenyamanan, kepedulian, dan berwujud dinilai positif (puas), sedangkan dimensi “sesuai janji” dan “tanggapan” memiliki skor negatif (tidak puas). Diperlukan peningkatan	Dengan pendekatan CLI, pelanggan toko ritel Make Over di Surabaya dinilai sudah puas dan loyal, baik di Independent Store maupun Multi-Brand Store. Namun,	Dengan <i>SERVQUAL</i> , kepuasan pelanggan dinilai cukup baik meski ada beberapa atribut bernilai negatif. Analisis SWOT menghasilkan strategi utama berupa peningkatan	Dengan pendekatan Kano Model, konsumen minyak goreng di wilayah penelitian umumnya puas terhadap kualitas produk. Atribut unggulan berada pada	Dengan metode CSI melalui pendekatan DINESERV, tingkat kepuasan pelanggan di Restoran Luigis tergolong “cukup baik”. Hasil analisis IPA mengindikasikan perlunya peningkatan pada aspek kecepatan

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

		pelayanan agar sesuai dengan ekspektasi konsumen.	peningkatan kepuasan dan kepercayaan pelanggan tetap diperlukan, terutama pada Multi-Brand Store, dengan fokus pada pengalaman di toko dan program loyalitas untuk mendorong pembelian ulang.	promosi, pembacaan tren, ekspansi jaringan, penjualan online, dan menjaga cita rasa khas restoran.	kategori Attractive, memberi nilai tambah pada kepuasan. Namun, beberapa atribut tergolong Indifferent dan perlu ditingkatkan karena belum berdampak signifikan pada kepuasan secara keseluruhan.	pelayanan, konsistensi staf, serta sikap empatik karyawan, agar kualitas layanan dapat lebih optimal dan mampu meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan
--	--	--	--	---	--	--

Berdasarkan hasil tinjauan penelitian terdahulu, sebagian besar studi sebelumnya menggunakan metode SERVQUAL dengan IPA untuk menilai kepuasan pelanggan di sektor jasa. Penelitian ini memiliki posisi berbeda karena menerapkan pendekatan DINESERV yang dirancang khusus untuk industri restoran dan dilakukan pada Restoran XYZ Canggü, yang belum pernah menjadi objek penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai kualitas layanan serta arah pengembangan strategi bagi manajemen dalam meningkatkan pengalaman pelanggan.

Jasa

Menurut (Sastika, et al., 2024) jasa merupakan salah satu komponen penting dalam perekonomian yang berfokus pada penyediaan layanan kepada konsumen. Berbeda dengan barang, yang bersifat fisik dan dapat disimpan, jasa adalah produk yang tidak berwujud dan dihasilkan serta dikonsumsi secara bersamaan. Dalam konteks industri restoran, jasa mencakup berbagai aspek seperti pelayanan, pengalaman makan, dan interaksi antara staf dan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut (Ananda & Pradini, 2022) adalah suatu kondisi psikologis yang muncul ketika harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi atau terlampaui setelah menggunakan produk atau layanan. Dalam konteks industri restoran, kepuasan pelanggan sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Kepuasan pelanggan tidak hanya mencakup aspek kualitas makanan, tetapi juga mencakup kualitas layanan, suasana, dan pengalaman keseluruhan yang diterima oleh pelanggan. Selain itu, menurut (Indrasari, 2019) salah satu aspek yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan adalah penanganan keluhan pelanggan. Meskipun secara statistik hal ini sangat penting, perusahaan sering terlambat menyadari adanya keluhan. Jika keluhan atau klaim dari pelanggan tidak segera ditangani, maka risiko kehilangan pelanggan tidak dapat dihindari.

Dining Service Quality (DINESERV)

DINESERV merupakan model yang dikembangkan khusus untuk mengukur kualitas layanan di industri restoran dan merupakan turunan dari model SERVQUAL. Dimensi – dimensi DINESERV dijelaskan sebagai berikut:

1. *Tangible* (Bukti Fisik)

Dimensi ini menyangkut seluruh aspek visual yang bisa dilihat pelanggan, seperti kebersihan lokasi restoran, penampilan dan kerapian staf, serta kelengkapan fasilitas dan peralatan makan. Tata letak dan penampilan fisik yang rapi dan terorganisir dapat meninggalkan impressi awal yang baik bagi pelanggan.

2. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan menggambarkan kemampuan restoran dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara konsisten dan tepat. Hal ini mencakup ketepatan penyajian makanan dan minuman yang dipesan serta kesesuaian antara harapan pelanggan dan hasil layanan yang diterima.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Daya tanggap merujuk pada kesiapan dan kecepatan staf dalam menanggapi permintaan, pertanyaan, maupun keluhan dari pelanggan. Pelayanan yang cepat dan

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

tanggap menunjukkan perhatian restoran terhadap kepuasan dan kebutuhan pelanggan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Aspek jaminan berkaitan dengan tingkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesional staf dalam memberikan pelayanan. Staf yang kompeten dan mampu berinteraksi dengan sopan dapat menumbuhkan rasa percaya dan kenyamanan bagi pelanggan.

5. *Empathy* (Empati)

Dimensi empati mencerminkan kemampuan staf untuk memberikan perhatian personal dan memahami kebutuhan unik setiap pelanggan. Pelayanan yang hangat dan penuh kepedulian membantu membangun hubungan yang lebih dekat antara pelanggan dan pihak restoran.

Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut (Mudjanarko, et al., 2020) *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan teknik evaluasi yang bertujuan untuk menilai tingkat kepuasan konsumen melalui perbandingan antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) dari berbagai aspek layanan atau produk yang diperoleh konsumen. Dengan pendekatan ini, kita bisa mengidentifikasi aspek mana yang harus dijaga, diperbaiki, atau bahkan diprioritaskan lebih rendah guna meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Teknik ini memfasilitasi perbandingan antara evaluasi pengunjung mengenai ekspektasi mereka terhadap realisasi mutu layanan. Skor penilaian pengunjung secara total dirata-ratakan lalu divisualisasikan dalam matriks performa penting atau diagram.

Adapun langkah-langkah untuk melakukan perhitungan (IPA) adalah sebagai berikut:

1. Menghitung tingkat kesesuaian (Tki) yaitu antara tingkat kinerja dan harapan

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (2.1)$$

Dimana :

Tki = Tingkat kesesuaian pelanggan

Xi = Skor dari tingkat kinerja kualitas pelayanan

Y_i = Skor dari tingkat harapan pelanggan

Adapun kriteria pengujian :

- a. Apabila $T_{ki} < 100\%$, berarti pelayanan belum memuaskan
- b. Apabila $T_{ki} = 100\%$, berarti pelayanan telah memuaskan
- c. Apabila $T_{ki} > 100\%$, berarti pelayanan sangat memuaskan

Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat harapan pelanggan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan menggunakan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (2.2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (2.3)$$

Dimana:

$\bar{X}$ = Rata – rata skor tingkat kinerja

$\bar{Y}$ = Rata – rata skor tingkat harapan pelanggan

N = Jumlah responden

2. Menghitung selisih rata – rata harapan dan kinerja (Gap)

Dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan antara pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Dimana, nilai negatif berarti pelayanan belum memenuhi harapan (ketidakpuasan) dan nilai positif berarti pelayanan melampaui harapan (kepuasan tinggi). Nilai Gap didapat dengan rumus berikut.

$$Gap = Kinerja - Harapan \quad (2.4)$$

Dimana :

- a. Nilai negatif berarti pelayanan belum memenuhi harapan (ketidakpuasan)
- b. Nilai positif berarti pelayanan melampaui harapan (kepuasan tinggi)
- c. Nilai nol berarti pelayanan sesuai harapan (puas)

3. Pemetaan ke dalam kuadran IPA

Tahap ini dilakukan untuk memetakan setiap atribut pelayanan ke dalam diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) berdasarkan rata-rata nilai kepentingan dan kinerja yang telah diperoleh dari hasil kuesioner. Pemetaan ini bertujuan untuk melihat posisi relatif tiap atribut, sehingga dapat diketahui aspek mana yang menjadi prioritas perbaikan, perlu dipertahankan, atau dapat dikelola

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

secara efisien. Proses pemetaan dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata total kepentingan dan kinerja, yang kemudian digunakan sebagai titik pembagi sumbu vertikal dan horizontal pada diagram. Sumbu X merepresentasikan tingkat kinerja (*performance*), sedangkan sumbu Y menunjukkan tingkat kepentingan (*importance*). Hasil pemetaan tersebut membentuk empat kuadran, yaitu:



Gambar 2. 1 Kuadran Importance Performance Analysis

Sumber: (Tjiptono, 2011)

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Merupakan kategori yang mencakup atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan, tetapi pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan mereka. Dengan kata lain, pelanggan merasa kurang puas karena terdapat kesenjangan antara apa yang mereka harapkan dan pelayanan nyata yang diterima. Dalam kuadran ini, ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan tidak terpenuhi, sehingga menimbulkan ketidakpuasan. Pelanggan menganggap beberapa atribut sebagai hal yang krusial dan menginginkan pelayanan yang setidaknya memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi tersebut. Namun, kenyataannya pelayanan yang diberikan belum mencapai standar yang diharapkan, sehingga pelanggan merasa kecewa. Sebagai contoh, pada atribut nomor 15 di kuadran pertama, pegawai seharusnya selalu menanyakan kebutuhan barang kepada pelanggan, namun harapan tinggi ini ternyata tidak terpenuhi oleh perusahaan, sehingga pelanggan merasa tidak puas.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Menggambarkan atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja tinggi menurut pelanggan, dengan pesan utama "Pertahankan kinerja yang baik." Atribut

dalam kuadran ini menunjukkan peluang untuk mempertahankan atau meningkatkan keunggulan kompetitif karena keduanya, kepentingan dan kinerja, berada pada level tinggi.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III berisi atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan memiliki kelebihan yang berlebihan, namun pelayanannya masih rendah dan belum memuaskan. Atribut dalam kuadran ini perlu dievaluasi ulang karena manfaatnya bagi konsumen sangat minim. "prioritas rendah".

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini mencakup atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan rendah dan tidak terlalu dibutuhkan oleh pelanggan. Pelaksanaan atribut-atribut tersebut juga tergolong biasa saja. Oleh karena itu, perbaikan pada atribut-atribut ini jarang menjadi prioritas, mengingat pengaruh dan manfaatnya terhadap kepuasan pelanggan relatif kecil. Meskipun demikian, atribut-atribut tersebut tetap berkontribusi dalam memberikan kepuasan pelayanan secara keseluruhan.

Customer Satisfaction Indeks (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah sebuah pendekatan yang diterapkan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen secara komprehensif, dengan memperhitungkan derajat signifikansi dan efektivitas dari berbagai elemen produk atau layanan yang dievaluasi. Indeks ini menyediakan informasi yang transparan tentang seberapa puas pengguna, sehingga memungkinkan entitas bisnis atau lembaga untuk menjalankan penilaian rutin pada periode tertentu demi mengatasi kelemahan dan meningkatkan standar layanan yang dianggap lebih berharga oleh konsumen. Keunggulan metode CSI terletak pada efisiensinya, karena selain mengukur kepuasan, metode ini juga memberikan informasi terkait atribut-atribut yang perlu diperbaiki. Metode CSI memiliki keunggulan karena mudah diterapkan, sederhana, dan menggunakan skala pengukuran yang cukup sensitif serta reliabel. Besaran nilai CSI dapat dihitung melalui beberapa tahapan yang sistematis sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan sebagai berikut.

1. Hitung *Weighting Factors* atau faktor bobot (WF). Merupakan hasil dari nilai dari mean dari harapan dibagi dengan mean total harapan dikalikan 100.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

2. Hitung skor tertimbang (WS). Ini merupakan hasil dari nilai dari mean skor kinerja setiap atribut dikalikan dengan faktor pembobotan (WF) setiap atribut
3. Hitung *Weight Median Total*, yaitu total dari *Weighted Score*.
4. Hitung (CSI), yaitu dengan *Weight Median Total* dibagi skala maksimum dan dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_i^n wsi}{HS} \times 100\% \quad (2.5)$$

Tingkat kepuasan dari pelanggan dapat dilihat dari kriteria pengunjung yang dapat di lihat pada Tabel 2.3.

Tabel 2. 2 Indeks Kepuasan Pelanggan

Nilai	Interpretasi
0 - 35%	Sangat Tidak Bagus
36% - 50%	Tidak Bagus
51% - 65%	Cukup Bagus
66% - 80%	Bagus
81% - 100%	Sangat Bagus

Penentuan Jumlah Responden

Menurut (Sugiyono, 2023) populasi merujuk pada sekumpulan objek atau subjek yang dibedakan oleh atribut atau fitur khusus. Kelompok tersebut dipilih sebagai fokus kajian karena adanya persamaan yang berkaitan erat dengan sasaran studi. Populasi dapat mencakup individu, benda, peristiwa, atau elemen lainnya yang menjadi objek penelitian, dan dari situ, peneliti akan menyimpulkan hasil berdasarkan informasi yang dikumpulkan. Sementara itu, sampel adalah segmen dari total dan sifat-sifat yang ada dalam populasi tersebut. Pada kajian ini, populasi yang dimaksud mencakup semua konsumen yang telah mengunjungi dan memanfaatkan fasilitas restoran XYZ di Canggü sepanjang tahun 2025. Pelanggan tersebut akan diberikan kuesioner yang memuat pernyataan-pernyataan berdasarkan dimensi *Service Quality (DINESERV)*. Akan tetapi, mengingat jumlah keseluruhan konsumen tidak dapat ditentukan dengan pasti, maka penetapan ukuran sampel dalam studi ini menggunakan formula Lemmешow, yang diterapkan dalam situasi ketika populasi tidak diketahui secara akurat.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1-P)}{d^2} \quad (2.6)$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang dicari

z = Skor Z pada tingkat kepercayaan,

jika menggunakan tingkat kepercayaan 95% maka 1,96

p = Nilai maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Uji Kualitas Data

Data dalam penelitian ini diolah menggunakan Excel. Penggunaan program ini bertujuan untuk menghasilkan perhitungan yang tepat, memudahkan proses pengolahan data, serta mempercepat dan meningkatkan akurasi analisis. Kualitas hasil survei sangat bergantung pada mutu data yang digunakan dalam pengujian. Oleh karena itu, data penelitian hanya bermakna apabila instrumen pengumpulan data yang digunakan terbukti valid dan reliabel, sehingga pengujian dan pengukuran dapat mencerminkan konsistensi serta ketepatan data yang diperoleh. Pemanfaatan perangkat lunak ini dimaksudkan untuk menghasilkan kalkulasi yang akurat, mempermudah tahapan pemrosesan data, serta mempercepat dan meningkatkan ketepatan evaluasi. Kualitas temuan survei sangat ditentukan oleh kualitas informasi yang diterapkan dalam pengujian. Dengan demikian, data kajian hanya memiliki arti jika alat pengumpulan informasi yang digunakan telah terbukti sahih dan andal, sehingga proses pengujian dan pengukuran dapat menunjukkan konsistensi serta keakuratan data yang diperoleh.

1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2023), Uji validitas dimaksudkan untuk memverifikasi bahwa instrumen riset benar-benar efektif dalam mengukur elemen yang menjadi fokus penelitian. Validitas mengindikasikan seberapa jauh informasi yang diperoleh mencerminkan situasi nyata dari subjek yang diteliti. Sebuah instrumen dianggap valid jika setiap poin pertanyaan di dalamnya dapat menggambarkan variabel yang diukur dengan akurat. Pengujian validitas biasanya dilakukan dengan menghubungkan nilai setiap butir terhadap nilai total menggunakan metode Pearson Product Moment. Apabila koefisien korelasi (r yang dihitung) melebihi nilai r tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya $\alpha = 0,05$), maka butir tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian, uji validitas berperan untuk menjamin bahwa perangkat

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

pengukuran yang diterapkan dapat menghasilkan data yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan riset.

- a. Kuesioner dinyatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$
- b. Tidak valid jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai corrected item total correlation adalah dituliskan dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma xy) - (\Sigma x \Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}} \quad (2.7)$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien Korelasi antara variable x dan y

N = Jumlah responden

Σxy = Jumlah perkalian dari variable x dan y

Σx^2 = Jumlah skor kuadrat butir soal x

Σy^2 = Jumlah skor kuadrat butir soal y

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas didefinisikan oleh (Sugiyono, 2023) yaitu mencerminkan sejauh mana pengukuran pada objek yang sama dapat memberikan data yang konsisten. Suatu data dianggap andal atau dapat dipercaya jika tanggapan informan pada suatu pernyataan/pertanyaan menunjukkan konsistensi. Salah satu alat untuk mengukur reliabilitas adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

- a. Apabila $\alpha > 60\%$ = reliabel atau konsisten
- b. Apabila $\alpha < 60\%$ = tidak reliabel atau tidak konsisten

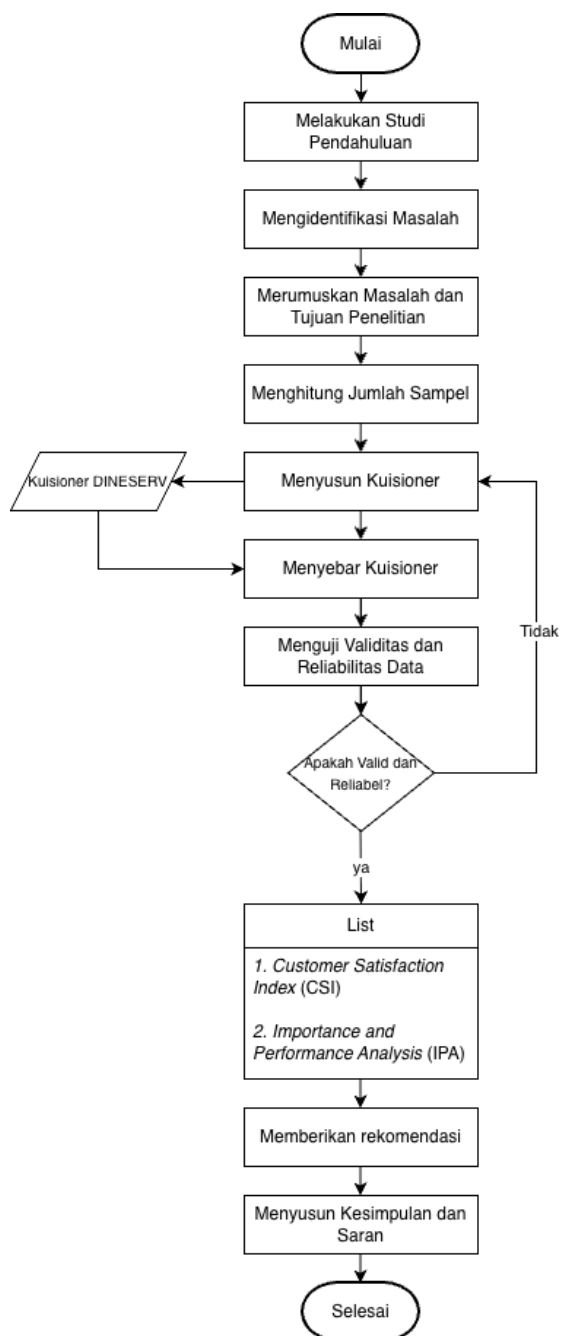
Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut.

$$r_x = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - x \frac{\Sigma \sigma t^2}{\sigma t^2}\right) \quad (2.8)$$

METODE PENELITIAN

Alur Penelitian

Berikut ini adalah diagram alir penelitian yang disusun untuk menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam studi ini.



Gambar 3. 1 Diagram Alir Penelitian

Melakukan Studi Pendahuluan

1. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendukung tahapan penelitian, yang dikerjakan secara mandiri. Aktivitas ini melibatkan pencarian berbagai sumber seperti buku, tesis, artikel jurnal, situs daring, dan referensi lainnya yang berkaitan dengan subjek yang dikaji.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

2. Studi Lapangan

Digunakan untuk mempelajari dan mengetahui keadaan secara langsung pada suatu institusi maupun objek/subjek yang akan diteliti, baik dengan wawancara dan lain sebagainya, untuk dapat melihat masalah yang dapat diteliti.

Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap identifikasi masalah dilakukan setelah menganalisis kondisi di Restoran XYZ Canggü, Setelah studi awal, dilakukan identifikasi terhadap masalah yang muncul berdasarkan data Google Review , hasil wawancara, dan survei pendahuluan. Hasil pengamatan yang telah dilakukan menjadi latar belakang penelitian yang berfungsi sebagai dasar dalam penyusunan rumusan masalah.

Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan deskripsi dalam bagian latar belakang, kajian ini bermula dari bukti-bukti ketidakpuasan konsumen atas layanan di Restoran XYZ Canggü, yang tampak jelas melalui komentar buruk di sejumlah platform digital serta hasil dari survei awal. Walaupun begitu, sampai sekarang belum ada penilaian yang dilakukan secara terorganisir dan terkuantifikasi. Dengan demikian, riset ini dijalankan dengan sasaran untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan di Restoran XYZ Canggü melalui penerapan Customer Satisfaction Index (CSI), serta menentukan elemen layanan yang memerlukan peningkatan atau pemeliharaan dengan bantuan Importance Performance Analysis (IPA).

Menentukan Jumlah Sampel

Perhitungan jumlah responden dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow sebagaimana dijelaskan pada Bab II. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimum yang dapat mewakili populasi secara memadai pada tingkat kepercayaan tertentu. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah pengunjung dine-in Restoran XYZ Canggü, dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% ($Z = 1,96$) dan tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10% ($d = 0,1$).

Penyusunan Kuesioner

Kuesioner dirancang mengacu pada dimensi DINESERV yang meliputi lima aspek, yakni *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pada studi ini, digunakan kuesioner yang telah tersedia pada penelitian sebelumnya yakni dalam penelitian (Sukwadi & Susanto, 2018) yang berjudul “Integrasi Model DINESERV-CSI-IPA DEMATEL Dalam Perbaikan Kualitas Layanan Bar XYZ”. Terdapat 20 atribut pertanyaan yang terlampir pada lampiran 1 dan akan digunakan untuk mengukur kinerja dan harapan terhadap kualitas dari pelayanan. Skala penilaian menggunakan skala likert 1 – 5 seperti pada tabel berikut.

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skor	Tingkat Harapan	Tingkat Kinerja
	Kriteria	
5	Sangat Penting	Sangat Puas
4	Penting	Puas
3	Biasa	Biasa
2	Tidak Penting	Tidak Puas
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas

Penyebaran Kuisisioner

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* atau teknik sampling kemudahan, yaitu salah satu metode *non-probability sampling*. Menurut (Sugiyono, 2023), *convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kemudahan peneliti dalam menjangkau responden yang tersedia dan bersedia memberikan data. Dalam konteks penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang datang ke restoran XYZ Canggu dan bersedia mengisi kuesioner pada saat setelah selesai makan. Teknik ini digunakan karena kondisi populasi yang tidak terdata secara pasti dan keterbatasan waktu serta sumber daya dalam menjangkau seluruh pelanggan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian keabsahan dan keandalan dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran berupa angket yang digunakan dalam studi ini mampu

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

memberikan informasi yang akurat dan stabil. Walaupun angket yang dipilih merupakan penyesuaian dari angket yang secara teoritis telah terbukti sah, pemeriksaan kembali tetap diperlukan supaya data yang diperoleh dari partisipan sesuai dengan konteks penelitian ini. Pemeriksaan keabsahan dilakukan dengan memanfaatkan korelasi momen produk (korelasi Pearson) yang didukung oleh perangkat lunak Excel. Sebuah butir dinyatakan sah jika nilai r yang dihitung melebihi nilai r tabel pada taraf signifikansi 0,05. Apabila ada butir yang tidak memenuhi syarat keabsahan, butir tersebut dapat dihapus dari proses analisis berikutnya. Adapun untuk mengevaluasi keandalan, digunakan koefisien Cronbach's alpha yang bertugas menilai keseragaman di antara pertanyaan dalam satu aspek. Nilai Cronbach's alpha yang lebih dari 0,6 menandakan bahwa informasi tersebut dapat diandalkan dan seragam, sedangkan aspek dengan nilai di bawah ambang tersebut akan diberikan perhatian khusus dan kemungkinan tidak akan diproses lebih dalam.

Pengolahan Data

Langkah evaluasi data dalam penelitian ini dimulai dengan penerapan kerangka DINESERV, yang berfungsi untuk menyusun indikator angket sesuai dengan lima dimensi pokok kualitas layanan. Informasi yang dikumpulkan dari responden melalui angket selanjutnya dievaluasi menggunakan pendekatan Indeks Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction Index atau CSI) untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan melalui perhitungan skor indeks. Selanjutnya, teknik Analisis Kepentingan dan Kinerja (Importance Performance Analysis atau IPA) diterapkan untuk menempatkan masing-masing atribut layanan ke dalam grafik kuadran dengan memperhitungkan ekspektasi serta pandangan pelanggan. Melalui pemetaan tersebut, dapat diidentifikasi atribut mana yang perlu menjadi prioritas perbaikan, harus dipertahankan, atau dianggap berlebihan, sehingga hasil evaluasi dapat digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rekomendasi peningkatan kualitas layanan di Restoran XYZ Canggü secara lebih terarah dan efektif.

Memberikan Strategi

Tingkat prioritas dari pernyataan-pernyataan yang diperoleh dalam analisis kepuasan pelanggan di restoran XYZ Canggü menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* dengan pendekatan DINESERV selanjutnya dijadikan dasar dalam merumuskan rekomendasi peningkatan kualitas layanan yang belum memenuhi harapan pelanggan. Dengan demikian, manajemen restoran XYZ dapat menentukan langkah perbaikan yang paling tepat dan mendesak untuk segera dilaksanakan guna meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal.

Kesimpulan dan Saran

Temuan dari pengolahan data dalam studi ini berfungsi sebagai landasan untuk merumuskan kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan disusun guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan, sedangkan rekomendasi diberikan sebagai panduan yang bisa dijadikan referensi bagi perkembangan kajian selanjutnya di kemudian hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Jumlah Responden

Penentuan jumlah responden dilakukan untuk memastikan data yang diperoleh dapat mewakili persepsi pelanggan secara akurat terhadap kualitas layanan di restoran XYZ Canggü. Dalam penelitian ini, responden yang dipilih merupakan pengunjung yang melakukan kegiatan makan di tempat (dine-in) dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Setiap responden hanya diperbolehkan mengisi satu kali untuk menjaga keakuratan dan keaslian data. Proses penentuan jumlah responden menggunakan pendekatan statistik agar ukuran sampel yang digunakan cukup representatif terhadap populasi pengunjung restoran. Oleh karena jumlah populasi pasti tidak diketahui secara pasti dan bersifat dinamis, maka penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah minimum responden yang diperlukan. Rumus ini umum digunakan pada penelitian sosial dan kepuasan pelanggan, terutama ketika populasi tidak teridentifikasi secara jelas.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10% yang akan dijadikan acuan dalam penentuan jumlah sampel. Sehingga perhitungan jumlah sampel didapatkan sebagai berikut,

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan untuk menentukan jumlah sampel, maka diketahui perhitungan sampel yang sesuai sebesar 96,04 akan tetapi untuk memudahkan penelitian maka sampel dikenakan menjadi 97 responden.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun dengan mengadaptasi atribut pertanyaan dari penelitian terdahulu. Pada tahap awal, kuesioner disebarkan kepada 30 responden untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, kuesioner kemudian disebarkan kembali kepada 97 responden, sesuai dengan jumlah sampel yang diperoleh melalui pendekatan rumus Lemmishow. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah pengunjung restoran yang *dine-in* dan bersedia mengisi kuesioner, serta setiap individu hanya diperkenankan mengisi satu kali untuk menghindari adanya pengisian ganda oleh responden yang sama. Hasil dari kuesioner inilah yang selanjutnya digunakan dalam analisis penelitian.

Kuesioner yang dibagikan terdiri dari tiga bagian utama, yaitu :

1. Profil Informan

Bagian ini berisi identitas dasar responden, meliputi inisial nama dan dua digit terakhir nomor telepon. Tujuannya adalah untuk memastikan tidak ada responden yang mengisi kuesioner lebih dari satu kali, sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

2. Kuesioner Tingkat Harapan

Bagian ini memuat atribut-atribut yang menggambarkan harapan atau kepentingan pelanggan terhadap kualitas layanan di Restoran XYZ. Responden diminta memberikan penilaian mengenai seberapa penting atribut tersebut menurut mereka.

3. Kuesioner Tingkat Kinerja

Bagian ini memuat atribut-atribut yang menggambarkan kinerja atau kepuasan pelanggan atas layanan yang telah mereka rasakan secara langsung di Restoran XYZ. Responden memberikan penilaian terkait pengalaman mereka terhadap layanan yang diterima.

Uji Validitas

Pengujian validitas dalam studi ini dilakukan dengan bantuan Microsoft Excel, menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Pengujian ini diterapkan pada 30 responden awal yang terpisah dari responden utama penelitian. Langkah ini diperlukan untuk memverifikasi bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner tersebut memang sah, mampu menilai variabel yang dituju, dan sesuai dengan lingkup penelitian terkini. Berikut adalah tahapan perhitungannya.

1. Mencari nilai r tabel

Berdasarkan nilai pada tabel r Product Moment, *degree of freedom* (df) diperoleh dari rumus $df = n - 2$, sehingga $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361.

2. Mencari nilai r hitung

Nilai r hitung diperoleh melalui perhitungan korelasi antara setiap butir pertanyaan dengan total skor seluruh responden menggunakan rumus fungsi korelasi Pearson di Excel.

Hasil pengolahan Uji Validitas terhadap 30 responden awal secara keseluruhan baik harapan maupun kinerja dapat dilihat pada Tabel 4.1 dan 4.2 sebagai berikut.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

No	Atribut	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Tan1	0,946	0,361	Valid
2	Tan2	0,819	0,361	Valid
3	Tan3	0,845	0,361	Valid
4	Tan4	0,884	0,361	Valid
5	Tan5	0,809	0,361	Valid
6	Tan6	0,778	0,361	Valid
7	Tan7	0,923	0,361	Valid
8	Rel1	0,817	0,361	Valid
9	Rel2	0,813	0,361	Valid
10	Rel3	0,917	0,361	Valid
11	Rel4	0,780	0,361	Valid
12	Res1	0,810	0,361	Valid
13	Res2	0,922	0,361	Valid
14	Res3	0,811	0,361	Valid
15	Ass1	0,804	0,361	Valid
16	Ass2	0,916	0,361	Valid
17	Ass3	0,816	0,361	Valid
18	Emp1	0,837	0,361	Valid
19	Emp2	0,932	0,361	Valid
20	Emp3	0,774	0,361	Valid

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Atribut	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Tan1	0,673	0,361	Valid
2	Tan2	0,404	0,361	Valid
3	Tan3	0,583	0,361	Valid
4	Tan4	0,366	0,361	Valid
5	Tan5	0,471	0,361	Valid
6	Tan6	0,569	0,361	Valid
7	Tan7	0,380	0,361	Valid
8	Rel1	0,366	0,361	Valid
9	Rel2	0,617	0,361	Valid
10	Rel3	0,367	0,361	Valid
11	Rel4	0,512	0,361	Valid
12	Res1	0,392	0,361	Valid
13	Res2	0,654	0,361	Valid
14	Res3	0,369	0,361	Valid
15	Ass1	0,593	0,361	Valid
16	Ass2	0,384	0,361	Valid
17	Ass3	0,438	0,361	Valid
18	Emp1	0,459	0,361	Valid
19	Emp2	0,432	0,361	Valid
20	Emp3	0,408	0,361	Valid

Tabel 4.1 dan tabel 4.2 menjelaskan hasil dari uji validitas yang dilakukan. Berdasarkan hasil perhitungan, setiap item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar

daripada r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada atribut tingkat kinerja (X) dan atribut tingkat harapan (Y) dinyatakan valid.

Selanjutnya, dilakukan uji validitas lanjutan terhadap 97 responden utama untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner tetap memenuhi kriteria validitas ketika digunakan pada sampel penelitian yang lebih besar. Pengujian ini bertujuan untuk menilai konsistensi dan ketepatan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Adapun langkah – langkah perhitungannya sebagai berikut.

1. Mencari nilai r tabel

Berdasarkan nilai pada tabel r Product Moment, *degree of freedom* (df) diperoleh dari rumus $df = n - 2$, sehingga $df = 97 - 2 = 95$. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,202.

2. Mencari nilai r hitung

Nilai r hitung diperoleh melalui perhitungan korelasi antara setiap butir pertanyaan dengan total skor seluruh responden menggunakan rumus fungsi korelasi Pearson di Excel.

Hasil perhitungan uji validitas terhadap 97 responden tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Tingkat Harapan

No	Atribut	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Tan1	0,442	0,202	Valid
2	Tan2	0,490	0,202	Valid
3	Tan3	0,362	0,202	Valid
4	Tan4	0,556	0,202	Valid
5	Tan5	0,643	0,202	Valid
6	Tan6	0,572	0,202	Valid
7	Tan7	0,576	0,202	Valid
8	Rel1	0,546	0,202	Valid
9	Rel2	0,356	0,202	Valid
10	Rel3	0,442	0,202	Valid
11	Rel4	0,375	0,202	Valid
12	Res1	0,476	0,202	Valid
13	Res2	0,515	0,202	Valid
14	Res3	0,420	0,202	Valid
15	Ass1	0,502	0,202	Valid
16	Ass2	0,503	0,202	Valid
17	Ass3	0,550	0,202	Valid
18	Emp1	0,328	0,202	Valid
19	Emp2	0,450	0,202	Valid
20	Emp3	0,355	0,202	Valid

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Atribut	r hitung	r tabel	Kesimpulan
1	Tan1	0,591	0,202	Valid
2	Tan2	0,573	0,202	Valid
3	Tan3	0,595	0,202	Valid
4	Tan4	0,425	0,202	Valid
5	Tan5	0,558	0,202	Valid
6	Tan6	0,545	0,202	Valid
7	Tan7	0,468	0,202	Valid
8	Rel1	0,505	0,202	Valid
9	Rel2	0,679	0,202	Valid
10	Rel3	0,573	0,202	Valid
11	Rel4	0,584	0,202	Valid
12	Res1	0,566	0,202	Valid
13	Res2	0,558	0,202	Valid
14	Res3	0,595	0,202	Valid
15	Ass1	0,553	0,202	Valid
16	Ass2	0,586	0,202	Valid
17	Ass3	0,610	0,202	Valid
18	Emp1	0,538	0,202	Valid
19	Emp2	0,487	0,202	Valid
20	Emp3	0,567	0,202	Valid

Tabel 4.4 dan tabel 4.4 menjelaskan hasil dari uji validitas yang dilakukan. Berdasarkan hasil perhitungan, setiap item pernyataan memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,202), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada atribut tingkat kinerja (X) dan atribut tingkat harapan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pemeriksaan keandalan bertujuan untuk mengevaluasi tingkat konsistensi dan kredibilitas alat ukur (kuesioner) yang digunakan dalam penelitian ini. Proses ini dilakukan dengan memanfaatkan koefisien Cronbach's Alpha, yang bertugas untuk menilai tingkat keseragaman item-item pernyataan dalam angket ketika diuji secara berulang. Standar penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahwa jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,6, maka instrumen dianggap reliabel atau memiliki konsistensi yang memadai. Sebaliknya, jika nilai Cronbach's Alpha di bawah 0,6, maka instrumen dinilai tidak reliabel. Rangkuman hasil pengujian untuk seluruh item pertanyaan pada tingkat kinerja (X) dan tingkat harapan (Y) disajikan pada Tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Harapan dan Kinerja

No	Atribut		Hasil Cronbach's Alpha	Nilai Acuan	Kesimpulan
1	30 Responden Awal	Harapan	0,979	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel
2		Kinerja	0,982	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel
3	97 Responden Utama	Harapan	0,818	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel
4		Kinerja	0,884	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian, seluruh atribut dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil perhitungan CSI secara keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 4.6. Pemrosesan data dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan di Restoran XYZ Canggü. Pengukuran tingkat kepuasan dilakukan dengan menerapkan metode Indeks Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Index*), yang dikalkulasi berdasarkan informasi dari hasil kuesioner menggunakan Microsoft Excel. Nilai CSI didapatkan melalui penghitungan total skor tertimbang (ΣWS) yang selanjutnya dibagi dengan skala maksimal (5). Hasil kalkulasi CSI secara menyeluruh dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan CSI

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MIS)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Kinerja (MSS)	Weighted Score (WS)
		Skala 1 - 5	MISi / Total MIS x 100	Skala 1 - 5	WFxMSS
1	Tan1	3,96	4,79	3,36	16,10
2	Tan2	4,07	4,93	3,21	15,80
3	Tan3	4,20	5,08	3,27	16,60
4	Tan4	3,98	4,82	3,23	15,54
5	Tan5	4,10	4,97	3,41	16,95
6	Tan6	4,12	4,99	3,40	16,98
7	Tan7	4,08	4,94	3,05	15,08
8	Rel1	4,20	5,08	3,33	16,91
9	Rel2	4,21	5,09	3,22	16,38
10	Rel3	4,21	5,09	3,10	15,80
11	Rel4	4,06	4,92	3,20	15,71
12	Res1	4,05	4,90	3,26	15,98
13	Res2	4,20	5,08	3,19	16,18
14	Res3	4,20	5,08	3,12	15,86
15	Ass1	4,18	5,05	3,29	16,62
16	Ass2	4,21	5,09	3,38	17,22
17	Ass3	4,08	4,94	3,28	16,20
18	Emp1	4,02	4,87	3,19	15,50
19	Emp2	4,27	5,17	3,19	16,46
20	Emp3	4,24	5,13	3,18	16,28
Σ Weighted Score					324,1

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

$$CSI = \frac{\sum WS}{5} \times 100\% \quad (4.1)$$

$$CSI = \frac{324,1}{5}$$

$$CSI = 64,82\%$$

Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yang diperoleh sebesar 64,82%, berada pada rentang 51% – 65%, yang termasuk dalam kategori “Cukup Baik” berdasarkan tabel interpretasi tingkat kepuasan pelanggan. Analisis ini dihitung berdasarkan rata-rata skor kepuasan (*Mean Satisfaction Score*) dari setiap dimensi DINESERV, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penghitungan menunjukkan bahwa sekitar 64% pelanggan telah merasa puas terhadap layanan yang diberikan, sementara sekitar 36% sisanya menggambarkan adanya aspek pelayanan yang belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

Bagian kepuasan yang belum terpenuhi tersebut umumnya berkaitan dengan kecepatan dan konsistensi pelayanan, terutama ketika restoran dalam kondisi ramai, serta responsivitas dan empati staf terhadap kebutuhan pelanggan. Misalnya, pelanggan mungkin merasa waktu tunggu makanan menjadi lebih lama saat restoran penuh, atau staf kurang tanggap dalam menanggapi permintaan tambahan. Hal-hal seperti ini berkontribusi terhadap porsi kepuasan yang belum optimal. Sementara itu, aspek *tangible* seperti kebersihan ruang saji, kenyamanan area parkir, dan tata ruang restoran dinilai sudah baik. Dimensi *assurance* juga menunjukkan performa positif karena pelanggan merasa aman dan percaya terhadap pelayanan staf. Namun, dimensi *empathy* masih memerlukan peningkatan agar pelayanan terasa lebih personal dan ramah bagi setiap pelanggan.

Dengan demikian, nilai CSI sebesar 64,82% mencerminkan bahwa sebagian besar pelanggan telah puas dengan pelayanan Restoran XYZ Canggu, namun masih terdapat sekitar sepertiga area pelayanan yang perlu ditingkatkan, terutama pada dimensi *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy*. Hasil ini menjadi dasar penting untuk analisis selanjutnya menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut pelayanan yang perlu dipertahankan maupun diperbaiki.

Hasil Perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Setelah menyelesaikan dengan pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI), dilanjutkan melalui teknik *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi lebih mendalam aspek-aspek layanan yang memerlukan perbaikan atau pemeliharaan. Proses kalkulasi IPA dimulai dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) dari tingkat ekspektasi dan performa masing-masing aspek, seperti yang tertera dalam Tabel 4.6. Kemudian, dilakukan penghitungan nilai rata-rata keseluruhan untuk tingkat ekspektasi dan performa seluruh aspek layanan, yang selanjutnya dijadikan sebagai titik tengah (garis pemisah) pada diagram kuadran IPA. Adapun hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4. 7 Hasil Perhitungan IPA

No	Item	MIS (Harapan) Y	MSS (Kinerja) X	GAP	TKI (%)
1	Tan1	3,96	3,36	-0,60	84,9
2	Tan2	4,07	3,21	-0,87	78,7
3	Tan3	4,20	3,27	-0,93	77,9
4	Tan4	3,98	3,23	-0,75	81,1
5	Tan5	4,10	3,41	-0,69	83,2
6	Tan6	4,12	3,40	-0,72	82,5
7	Tan7	4,08	3,05	-1,03	74,7
8	Rel1	4,20	3,33	-0,87	79,4
9	Rel2	4,21	3,22	-0,99	76,5
10	Rel3	4,21	3,10	-1,10	73,8
11	Rel4	4,06	3,20	-0,87	78,7
12	Res1	4,05	3,26	-0,79	80,4
13	Res2	4,20	3,19	-1,01	75,9
14	Res3	4,20	3,12	-1,07	74,4
15	Ass1	4,18	3,29	-0,89	78,8
16	Ass2	4,21	3,38	-0,82	80,4
17	Ass3	4,08	3,28	-0,80	80,3
18	Emp1	4,02	3,19	-0,84	79,2
19	Emp2	4,27	3,19	-1,08	74,6
20	Emp3	4,24	3,18	-1,06	74,9
Rata - rata		4,13	3,24		78,5

Analisis Gap

Dilakukan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan antara pelayanan yang dirasakan oleh konsumen dan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Dimana, nilai

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

negatif berarti pelayanan belum memenuhi harapan (ketidakpuasan) dan nilai positif berarti pelayanan melampaui harapan (kepuasan tinggi). Nilai Gap didapat dengan rumus berikut.

$$\text{Gap} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

$$\text{Gap Tan1} = 3,36 - 3,96$$

$$\text{Gap Tan1} = -0,60$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua selisih (gap) relatif kecil di setiap dimensi DINESERV. Munculnya gap bernilai negatif tidak menandakan pelayanan yang sangat buruk, melainkan menunjukkan bahwa pelanggan masih memiliki ekspektasi yang sedikit lebih tinggi dibandingkan pengalaman yang mereka rasakan saat ini. Temuan ini mengindikasikan adanya peluang penyempurnaan layanan agar Restoran XYZ Canggü dapat memberikan pengalaman yang lebih optimal dan konsisten bagi pelanggan. Penjelasan lebih lanjut mengenai masing-masing atribut pertanyaan dapat dilihat pada tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Gap Setiap Dimensi

Dimensi	Harapan	Kinerja	Gap
Tangible	4,07	3,28	-0,80
Reliability	4,17	3,21	-0,96
Responsiveness	4,15	3,19	-0,96
Assurance	4,15	3,32	-0,84
Empathy	4,18	3,18	-0,99

1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Dimensi bukti fisik mencakup seluruh aspek yang dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan, meliputi area parkir yang luas (*Tangible 1*), tampilan bangunan yang menarik (*Tangible 2*), penampilan staf yang bersih dan rapi (*Tangible 3*), menu yang mudah dipahami (*Tangible 4*), ruang saji yang luas dan nyaman (*Tangible 5*), serta kebersihan area makan dan toilet (*Tangible 6* dan *Tangible 7*). Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai gap sebesar $-0,80$, yang menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap fasilitas fisik masih sedikit di bawah harapan mereka. Meskipun Restoran XYZ Canggü telah memiliki area yang luas, desain interior yang menarik, dan kebersihan yang terjaga, pelanggan tetap mengharapkan peningkatan pada aspek kenyamanan ruang makan, kerapian tata letak, serta

konsistensi kebersihan di seluruh area restoran. Upaya menjaga dan meningkatkan kualitas bukti fisik ini penting untuk menciptakan kesan profesional sekaligus meningkatkan kenyamanan pengalaman bersantap pelanggan.

2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Dimensi keandalan berfokus pada kemampuan restoran dalam menyajikan pelayanan yang sesuai janji dan dapat dipercaya oleh pelanggan. Indikator dalam dimensi ini meliputi ketepatan waktu penyajian pesanan (*Reliability 1*), kecepatan staf dalam memperbaiki kesalahan (*Reliability 2*), konsistensi pelayanan (*Reliability 3*), serta ketepatan pesanan yang diterima pelanggan (*Reliability 4*). Dengan nilai gap – 0,96, terlihat bahwa pelanggan menilai aspek keandalan masih belum memenuhi harapan mereka sepenuhnya. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan pelayanan yang lebih konsisten, cepat, dan akurat, terutama ketika restoran sedang ramai. Oleh karena itu, penting bagi manajemen untuk memastikan koordinasi yang efektif antara dapur dan staf pelayanan, serta memperkuat sistem koreksi pesanan agar pelanggan merasa yakin terhadap kualitas dan keandalan layanan Restoran XYZ Canggü.

3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi daya tanggap menilai sejauh mana staf restoran mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tanggap, dan bersedia membantu pelanggan kapan pun dibutuhkan. Indikatornya mencakup kerjasama antar staf saat restoran sibuk (*Responsiveness 1*), kecepatan dalam memberikan pelayanan (*Responsiveness 2*), serta kemampuan staf menjawab pertanyaan pelanggan (*Responsiveness 3*). Nilai gap –0,96 menunjukkan bahwa responsivitas staf masih berada di bawah ekspektasi pelanggan. Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya cepat dan tanggap, terutama pada jam-jam sibuk. Untuk meningkatkan dimensi ini, manajemen dapat melakukan pelatihan terkait komunikasi efektif, pelayanan prima, dan manajemen waktu agar staf lebih siap merespons kebutuhan pelanggan secara cepat dan tepat.

4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Dimensi jaminan berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan staf dalam menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi pelanggan. Indikator yang termasuk dalam dimensi ini antara lain kemampuan staf membuat pelanggan merasa

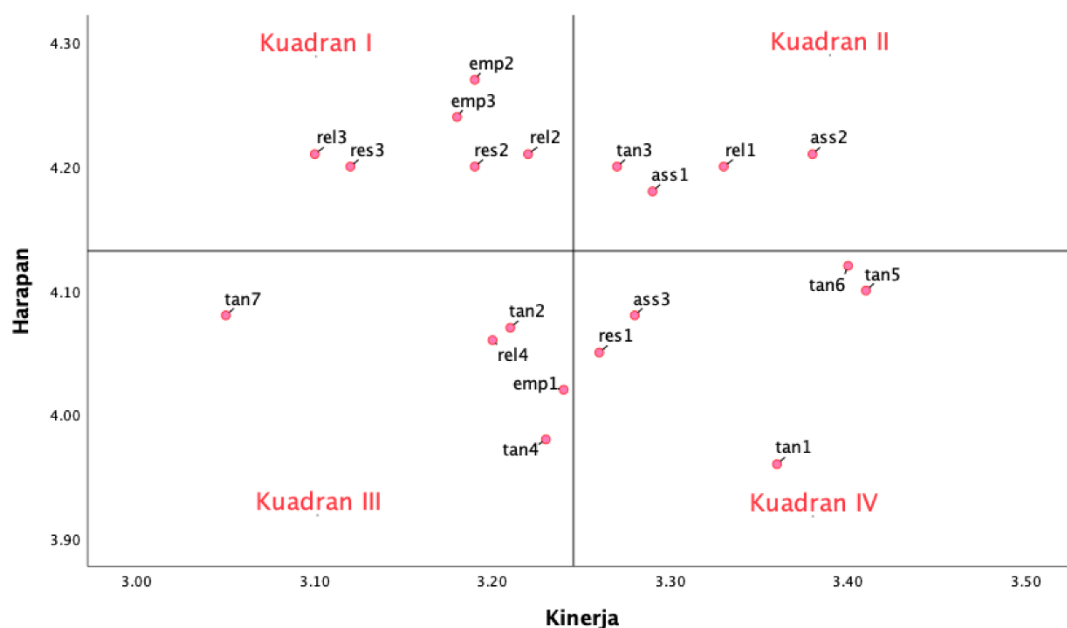
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

nyaman (*Assurance 1*), kesiapan staf memberikan informasi menu (*Assurance 2*), dan kemampuan menumbuhkan rasa aman secara pribadi (*Assurance 3*). Hasil perhitungan menunjukkan nilai gap sebesar $-0,84$, yang menandakan bahwa pelayanan pada dimensi ini sudah berjalan baik namun masih belum sepenuhnya sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai bahwa staf ramah dan sopan, tetapi masih mengharapkan interaksi yang lebih komunikatif dan informatif. Dengan memberikan pelatihan yang menekankan etika pelayanan, *product knowledge*, dan komunikasi interpersonal, Restoran XYZ Canggu dapat memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap kompetensi stafnya.

5. Dimensi Empati (*Empathy*)

Dimensi empati mengukur sejauh mana staf memahami, memperhatikan, dan merespons kebutuhan pelanggan secara personal. Indikator dalam dimensi ini meliputi dukungan dan kerja sama antar staf (*Empathy 1*), kepekaan terhadap kebutuhan pribadi pelanggan (*Empathy 2*), serta sikap simpatik dan meyakinkan saat terjadi kesalahan (*Empathy 3*). Hasil analisis menunjukkan nilai gap $-0,99$, yang merupakan selisih tertinggi di antara seluruh dimensi. Artinya, pelanggan menilai bahwa aspek empati masih belum optimal. Kondisi ini menandakan perlunya peningkatan perhatian personal, sikap ramah, dan kemampuan staf dalam menangani keluhan pelanggan dengan empati. Dengan menumbuhkan budaya kerja yang berorientasi pada kepedulian, Restoran XYZ Canggu dapat menciptakan hubungan yang lebih hangat dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman bersantap yang lebih personal dan berkesan.

Setelah mendapatkan skor rata-rata untuk setiap elemen dan menentukan titik pusatnya, langkah berikutnya adalah memetakan ke dalam grafik kartesius untuk mengilustrasikan keterkaitan antara harapan dan kinerja dari masing-masing aspek layanan. Temuan analisis ini dipresentasikan dalam diagram Analisis Kepentingan dan Kinerja (IPA) yang dapat dilihat pada Gambar 4.1 di bawah ini.



Gambar 4. 1 Diagram IPA

Gambar 4.1 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA) memberikan gambaran mengenai bagaimana pelanggan menilai tingkat kepentingan (harapan) dan kinerja aktual dari setiap aspek pelayanan di Restoran XYZ Canggü. Melalui analisis ini, dapat diketahui area layanan yang perlu menjadi prioritas perbaikan, aspek yang harus dipertahankan, serta elemen yang dapat dikelola secara efisien tanpa mengurangi kepuasan pelanggan.

Selain itu, temuan ini juga mencerminkan situasi nyata yang ditunjukkan melalui ulasan pelanggan di Google Review Restoran XYZ Canggü. Beberapa pelanggan memberikan penilaian rendah, bahkan hingga bintang dua atau satu, dengan keluhan yang beragam seperti pelayanan yang lambat, staf yang kurang ramah, hingga pesanan yang datang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Kondisi ini memperkuat hasil pemetaan atribut pada Kuadran I, seperti pada atribut Responsiveness 2 (kecepatan pelayanan) dan Reliability 2 (kemampuan restoran dalam mengoreksi kesalahan secara cepat), yang menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut menjadi sumber utama ketidakpuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kecepatan, ketepatan, dan sikap profesional staf masih perlu mendapat perhatian serius dari pihak manajemen agar kualitas layanan di Restoran XYZ Canggü dapat memberikan pengalaman yang lebih konsisten dan memuaskan bagi seluruh pengunjung. Berikut merupakan penjelasan dari tiap kuadran:

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

1. Kuadran I (Prioritas Perbaikan Utama)

Kuadran ini berisi atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan, namun pelaksanaannya belum sesuai dengan harapan. Artinya, pelanggan menilai aspek-aspek ini perlu segera diperbaiki agar kualitas layanan dapat meningkat. Atribut yang masuk dalam kuadran ini meliputi :

- a. *Reliability* 2 (Restoran cepat mengoreksi sesuatu yang salah)
- b. *Reliability* 3 (Restoran dapat diandalkan dan konsisten)
- c. *Responsiveness* 2 (Restoran menyediakan pelayanan yang cepat)
- d. *Responsiveness* 3 (Karyawan dapat menjawab pertanyaan pelanggan)
- e. *Empathy* 2 (Karyawan sensitif terhadap kebutuhan pribadi pelanggan)
- f. *Empathy* 3 (Karyawan simpatik dan meyakinkan jika terjadi kesalahan).

Atribut-atribut ini menjadi fokus utama bagi manajemen untuk ditingkatkan. Adapun saran perbaikan agar atribut pada Kuadran I dapat berpindah ke Kuadran II, adalah sebagai berikut :

- a. Optimalisasi koordinasi antarbagian
- b. Proses komunikasi antara dapur dan pelayan dapat ditingkatkan melalui penggunaan *kitchen bell* atau sistem notifikasi internal agar pesanan yang telah siap dapat segera disajikan. Penambahan staf pendukung di area *service station* selama jam sibuk juga dapat membantu mengurangi waktu tunggu pelanggan dan mencegah kesalahan pelayanan.

- c. Implementasi sistem *QR Code* individual untuk evaluasi pelanggan.

Setiap staf diberikan kartu kecil berisi *QR Code* pribadi yang dapat digunakan pelanggan untuk memberikan penilaian secara langsung setelah menerima pelayanan. *QR Code* tersebut terhubung ke formulir survei singkat yang mencakup aspek kecepatan, ketepatan, dan sikap staf. Hasil survei otomatis direkap dalam *dashboard* manajemen dan dievaluasi secara mingguan guna mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

- d. Peningkatan kemampuan komunikasi dan empati staf.

Sebagai bagian dari evaluasi berkala, supervisor dapat mengadakan sesi umpan balik singkat di akhir setiap shift untuk membahas interaksi dengan pelanggan, terutama terkait keluhan atau apresiasi yang diterima. Pendekatan ini membantu

staf memahami pentingnya komunikasi empatik dan menjaga profesionalisme dalam setiap situasi pelayanan. Serta, memberikan penghargaan bagi staf yang menunjukkan sikap proaktif dalam membantu pelanggan secara personal.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut pada kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang sama-sama tinggi, yang berarti pelanggan menilai pelayanan Restoran XYZ Canggü sudah memuaskan di aspek-aspek ini. Posisi atribut-atribut ini menunjukkan bahwa restoran telah mampu menjaga standar pelayanan yang stabil dan dapat dipercaya. Meski demikian, performa yang sudah baik perlu tetap dijaga agar tidak menurun dan berpindah ke Kuadran I. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini meliputi :

- a. *Tangible* 3 (Staf bersih, rapi, dan berpakaian dengan tepat)
- b. *Reliability* 1 (Pesanan disajikan sesuai waktu yang dijanjikan)
- c. *Assurance* 1 (Restoran membuat pelanggan merasa nyaman dan percaya diri)
- d. *Assurance* 2 (Staf mampu dan bersedia memberikan informasi menu).

Beberapa *review* pelanggan di Google *Review* menunjukkan hal positif terhadap atribut-atribut ini. Misalnya, beberapa pengunjung menilai staf cepat merespons permintaan tambahan seperti *olive oil* atau minuman tanpa perlu diingatkan, yang menggambarkan implementasi atribut *Reliability* 1 secara nyata. Pelayanan cepat ketika pelanggan membutuhkan sesuatu secara spontan, bukan hanya dalam penyajian makanan utama. Hal ini berbeda dengan atribut *Responsiveness* 2, yang berkaitan dengan kecepatan penyajian makanan dan masih menjadi area perbaikan di Kuadran I karena pelanggan kerap mengeluhkan waktu tunggu yang lama. Agar atribut pada Kuadran II tetap berada di posisi ini dan tidak menurun ke Kuadran I, beberapa strategi yang dapat dilakukan manajemen Restoran XYZ Canggü antara lain :

- a. Menjaga citra profesional staf dan standar tampilan kerja.

Manajemen dapat menetapkan aturan sederhana mengenai kebersihan, kerapian, dan keseragaman atribut kerja, termasuk seragam, dan rambut. Pemeriksaan ringan dilakukan sebelum restoran beroperasi oleh *floor captain*. Jika ditemukan ketidaksesuaian, staf diarahkan segera memperbaiki sebelum melayani pelanggan. Dengan cara ini, citra profesional restoran tetap terjaga tanpa perlu pengawasan berlebihan.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

- b. Manajemen dapat menyediakan lembar panduan menu singkat di setiap *service station*, berisi bahan utama, rekomendasi pendamping, serta menu yang paling banyak dipesan pelanggan, sehingga staf tetap percaya diri saat memberikan penjelasan menu kepada pelanggan. Panduan ini membantu staf menjawab pertanyaan pelanggan tanpa harus menghafal seluruh menu. Selain itu, supervisor dapat memberikan umpan balik langsung jika mendengar interaksi staf yang kurang tepat, sebagai bentuk pembinaan cepat di lapangan.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah)
- Kuadran ini mencakup atribut-atribut dengan tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif rendah, sehingga pelanggan tidak terlalu menaruh perhatian besar pada aspek-aspek ini dalam menilai kualitas pelayanan Restoran XYZ Canggü. Meskipun demikian, atribut-atribut ini tetap berkontribusi terhadap pengalaman pelanggan secara keseluruhan, sehingga tetap perlu dijaga dengan harapan tidak mengalami penurunan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini meliputi :
- a. *Tangible* 2 (Bangunan eksterior yang menarik)
 - b. *Tangible* 4 (Menu yang mudah dimengerti)
 - c. *Reliability* 4 (Pesanan sesuai dengan yang dipesan)
 - d. *Empathy* 1 (Restoran memberikan dukungan kepada karyawan)
 - e. *Tangible* 7 (Kebersihan kamar kecil).

Beberapa ulasan pelanggan di Google *Review* tidak menunjukkan keluhan yang signifikan terkait aspek-aspek ini, namun terdapat komentar mengenai suasana restoran yang terasa cukup panas atau kurang nyaman di area tertentu, yang berkaitan dengan kenyamanan fisik lingkungan (*Tangible* 2). Hal ini menandakan bahwa perbaikan kecil pada aspek tersebut masih dapat dilakukan untuk menambah kenyamanan pengunjung tanpa memerlukan perubahan besar pada struktur fisik restoran. Untuk mempertahankan kinerja atribut pada kuadran ini guna tetap stabil, langkah-langkah yang dapat dilakukan, yaitu :

- a. Meningkatkan kenyamanan area restoran
Menambahkan *standing AC* atau kipas tambahan pada area tertentu agar suasana lebih sejuk dan nyaman bagi pelanggan.
- b. Memastikan menu tetap jelas dan mudah dipahami

Menyederhanakan tampilan menu dengan tata letak yang ringkas dan deskripsi singkat namun tetap informatif.

c. Menjaga ketepatan pesanan sesuai permintaan pelanggan

Memastikan staf selalu melakukan konfirmasi ulang pesanan sebelum disajikan untuk meminimalkan kesalahan kecil.

d. Mendukung kesejahteraan dan motivasi karyawan

Memberikan dorongan positif dan menciptakan lingkungan kerja yang suportif agar karyawan tetap semangat dalam memberikan pelayanan.

e. Menjaga kebersihan fasilitas umum, khususnya kamar kecil

Melakukan pemeriksaan kebersihan secara rutin setiap dua jam sekali selama jam operasional untuk memastikan fasilitas tetap higienis dan memberikan kesan positif bagi pelanggan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini mencakup sejumlah atribut yang menunjukkan tingkat kinerja tinggi, namun dianggap memiliki tingkat kepentingan yang lebih rendah oleh pelanggan. Temuan ini menandakan bahwa Restoran XYZ Canggu telah berhasil memberikan pelayanan yang baik pada aspek-aspek tersebut, meskipun tidak akan memberikan pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini meliputi :

a. *Tangible* 1 (Area parkir yang luas)

b. *Tangible* 5 (Ruang saji yang lapang dan mudah diakses)

c. *Tangible* 6 (Ruang saji yang bersih secara menyeluruh)

d. *Responsiveness* 1 (Karyawan saling membantu ketika restoran dalam kondisi sibuk)

e. *Assurance* 3 (Restoran membuat pelanggan merasa aman secara pribadi).

Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan sudah menilai positif aspek kebersihan, kenyamanan ruang makan, dan kerja sama antarkaryawan, meskipun faktor-faktor tersebut bukanlah penentu utama kepuasan mereka. Oleh karena itu, pihak manajemen disarankan untuk mempertahankan kualitas yang sudah ada tanpa melakukan peningkatan yang berlebihan, dan lebih memusatkan perhatian pada aspek pelayanan lain yang memiliki dampak lebih besar terhadap persepsi pelanggan.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Beberapa langkah yang dapat dilakukan manajemen untuk menjaga stabilitas kinerja pada atribut-atribut ini antara lain :

- a. Mengoptimalkan pemanfaatan area parkir yang sudah memadai
 - 1) Area parkir di Restoran XYZ Canggu sudah luas dan mudah diakses baik untuk mobil maupun motor, manajemen dapat mempertahankan kondisi tersebut dengan menjaga ketertiban dan alur keluar-masuk kendaraan, terutama pada jam ramai.
 - 2) Penambahan penunjuk arah parkir atau petugas pengatur kendaraan saat kondisi padat dapat membantu menjaga kenyamanan dan efisiensi penggunaan lahan parkir yang sudah ada.
- b. Menjaga kelapangan ruang saji

Mengatur tata letak meja dan kursi secara efisien agar ruang gerak pelanggan tetap nyaman, terutama saat restoran dalam kondisi ramai.
- c. Mendorong kerja sama antarstaf

Menumbuhkan budaya saling membantu antarpegawai, terutama pada jam sibuk, untuk menjaga kelancaran operasional.
- d. Menjaga rasa aman bagi pelanggan (Ass3)
 - 1) Memastikan seluruh staf tetap sopan, ramah, dan profesional dalam berinteraksi dengan pelanggan.
 - 2) Meningkatkan pengawasan dan kehadiran staf di area pelayanan agar pelanggan merasa nyaman dan aman selama berada di restoran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Nilai *Customer Satisfaction Index* sebesar 64,82% dan masuk ke dalam kategori “Cukup Baik”. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan umumnya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan Restoran XYZ Canggu, meskipun sekitar 30% dari total ekspektasi pelanggan masih belum terpenuhi sepenuhnya. Kekurangan tersebut berkaitan dengan aspek kecepatan pelayanan, konsistensi staf, dan respons terhadap keluhan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan sudah cukup baik,

namun masih diperlukan peningkatan pada area tersebut agar tingkat kepuasan pelanggan dapat mencapai kategori “Baik”.

Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan prioritas perbaikan pada kecepatan penanganan kesalahan (*Reliability* 2), konsistensi layanan (*Reliability* 3), kecepatan pelayanan (*Responsiveness* 2), kemampuan menjawab pertanyaan (*Responsiveness* 3), empati dan sikap ramah staf (*Empathy* 2 dan *empathy* 3)..

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, disarankan untuk manajemen Restoran XYZ Canggü mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah berjalan dengan baik, terutama pada aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan. Selain itu, atribut yang termasuk dalam prioritas utama berdasarkan hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) perlu menjadi perhatian untuk ditingkatkan secara bertahap agar tingkat kepuasan pelanggan dapat terus meningkat.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan jumlah responden yang lebih besar serta menambahkan variabel lain, seperti loyalitas pelanggan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih luas dan mendalam mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan restoran.

DAFTAR REFERENSI

- Abezie, H. W., 2019. Assessing a Restaurant Service Quality Using the DINESERV Model A Quantitative Study on Pizza Hut. Master's Thesis in Business Administration.
- Ananda, A. & Pradini, G., 2022. Peran Food & Beverage Service Dalam Memberikan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di McDonald's Jatipadang. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(3).
- Anita, C., 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan. Jurnal Manajemen Tools, Volume 12.
- Barau, M. S., Ibrahim, M. & Machika, A., 2024. The Impact Of Online Restaurant Reputation On Consumer Behavior And Business Performance. International Journal Of Innovative Food, Nutrition & Sustainable Agriculture, Issue 12.

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DAN STRATEGI
PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DI RESTORAN XYZ
DENGAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* DAN
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

- BPS, 2024. Banyaknya Restoran Dan Rumah Makan Dirinci Menurut Kabupaten/Kota Di Bali (Unit), Kab. Badung: Badan Pusat Statistik.
- Damanik, C. N., 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Minyak Goreng Dengan Metode Kano. Digital Repository Universitas Medan Area.
- Delvi, M., 2015. Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT Arina Parama Jaya. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 4(11).
- Indrasari, M., 2019. Kepuasan Pelanggan. Dalam: Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press, P. 84.
- Mudjanarko, S. W., Sulastri, D. & Wahyuni, A., 2020. IPA. Dalam: Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Scopindo.
- Nugroho, A. B. & Samanhudi, D., 2020. Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode SERVQUAL Dan Merancang Strategi Pemasaran Dengan Metode SWOT Pada Restoran XYZ Surabaya. Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi, Volume 01.
- Pertiwi, I., 2018. Analisa Kualitas Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Konsumen Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Studi Kasus Pada Restoran A&W Maspion Square Surabaya. Soetomo Management Review, Volume 1.
- Putra, I. & Wulandani, N., 2022. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran. Journey: Journal Of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention And Event Management, 5(1).
- Revanda, H., 2024. Industri Makanan Dan Minuman Tumbuh 5,53 Persen, Beri Sumbangan Terbesar Ke PDB. Jakarta, Tempo.
- Sastika, W., Kusumahadi, K. & Hanifa, F. H., 2024. Menganalisis Perspektif Baru Dalam Ekonomi Jasa. Dalam: Buku Ajar Service Marketing. Kab. Bandung: Widina Media Utama, Pp. 3-4.
- Sugiyono, 2023. Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian. Dalam: Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Kota Bandung: Alfabeta Bandung.

- Sukwadi, R. & Susanto, I. D., 2018. Integrasi Model DINESERV-CSI-IPA-DEMATEL Dalam Perbaikan Kualitas Layanan Bar XYZ. Jurnal Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Volume 07.
- Syafa'a, A. & Soepatini, 2025. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Nilai Layanan Yang Dirasakan, Citra Perusahaan, Dan Reputasi Perusahaan. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah, 7(2).