

## PENGUKURAN KINERJA LAYANAN RM PADANG ANDALAS KLATEN BERBASIS MODEL SERVQUAL

Arif Julianto Sri Nugroho<sup>1)</sup> Abdul Haris<sup>2)</sup> Anis Marjukah<sup>3)</sup> Agung Nugroho  
Jati<sup>4)</sup> Aniek Wulandari<sup>5)</sup> Harri Purnomo<sup>6)</sup>

<sup>1,2,3,4)</sup> Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten

<sup>5,6)</sup> Fakultas Teknologi & Ilmu Komputer Universitas Widya Dharma Klaten

Email: arifjuliantosn72@gmail.com, dzulhari@gmail.com,

anismarjukah69@gmail.com, agjati70@gmail.com, aniekunwidha@gmail.com,  
harri.unwidha@gmail.com

---

### **Abstract**

*This research aims to measure customer service satisfaction at restaurant of Padang Andalas on Jl KH Dewantara Klaten by testing the gap between service quality expectations and customer perceptions of the quality of service provided by the management of Padang restaurant. The model test includes quantitative testing of a sample of 100 Padang restaurant customers. The sampling technique was carried out using purposive sampling during 2 months of field activities. Quantitative tests carried out in the research include testing the validity and reliability of questionnaire items as well as quantitative tests confirming the Servqual model. The research results show that all dimensions in the Servqual test including physical evidence, responsiveness, reliability, assurance and empathy all still have a negative gap value with an average value of - 57.27 points. This result means that the five dimensions have not satisfied customers. The physical evidence dimension of the quantitative test has the largest gap value of - 75.50 points. Restaurant of Padang Andalas must prioritize improvements to improve service quality in the largest negative value dimension followed by improvements in the next negative order to increase consumer satisfaction. All of this leads to increasing the management competitiveness of micro businesses management of regional specialty restaurant services in the Klaten area.*

**Keywords:** Padang restaurant, restaurant services, service performance, Servqual

---

### **PENDAHULUAN**

Masa awal abad 21 Indonesia masih sangat diwarnai oleh usaha-usaha tradisional yang tidak lekang oleh waktu dan tetap membutuhkan perubahan. Di kalangan usaha kecil ditemukan para pelaku yang disebut “Crackers”. Mereka adalah pelaku usaha mikro yang juga merupakan pelaku serta pengabdian-pengabdian perubahan. Para “Crackers” sejati tidak pernah berhenti mengayuh. “Crackers” adalah individu yang bergerak untuk berubah sekaligus pahlawan ekonomi di sektor usaha mikro- kecil kerakyatan. Kelompok ini yang membuat hidup individu lebih bermakna di masa mendatang (Kasali, 2015).

Pelaku” Crackers” di Indonesia salah satunya adalah pelaku usaha mikro rumah makan padang. Rumah makan padang dapat kita temui di semua kota besar dan kecil di seluruh wilayah Indonesia. Terdapat pepatah yang sudah meluas di kalangan warga Minang, “ dimana bumi dipijak disana ada rumah makan padang”. Kekhasan dari bumbu rendang dan kuah santan adalah salah satu daya tarik dari masakan padang. Tidak hanya rasa pedas dan mantabnya sambal, beragam jenis masakan pun dengan mudah dapat kita dapatkan seperti ayam pop, ayam bakar, ayam goreng, rendang, kikil, paru, lele, cumi dan

ikan emas terlihat bertumpuk di balik etalase sajian piring rumah makan padang yang eksotik. Upaya meletakkan posisi makanan supaya terlihat oleh konsumen ini merupakan jurus strategi pengelola rumah makan padang untuk mengundang konsumen berselera makan. Jaringan rumah makan padang di Indonesia tersebar dan berkembang dari pulau Sumatera Jawa Bali Sulawesi dan Kalimantan. Pengusaha rumah makan padang terorganisir melalui Ikatan Warung Makan Padang Indonesia (Iwapin) yang tercatat di tahun 2020 memiliki anggota lebih dari 30.000 rumah makan di Jakarta ( Darmawan dan Firmansyah, 2020).

Rumah makan padang umumnya dikelola oleh keluarga atau kerabat sekampung. Pengelolaan rumah makan padang banyak menganut falsafah Minang yang demokratis, seperti slogan “berat sama dipikul ringan sama dijinjing”. Manajemen rumah makan padang termasuk menarik di Indonesia karena model manajemen ini menerapkan transparansi dalam keuangan melalui pembagian keuntungan bisnis dengan sistem bagi hasil. Keuntungan usaha biasa dibagi setiap 100 hari kerja. Dengan sistem bagi hasil ini indek prestasi diukur melalui poin. Sistem poin akan mendorong karyawan untuk lebih berprestasi. Karyawan akan lebih melayani tamu sebaik-baiknya agar tamu mau datang kembali. Sistem bagi hasil menjadikan karyawan merasa ikut memiliki perusahaan. Dampak dari sistem bagi hasil ini menjadikan harga menu rumah makan padang relatif lebih mahal dibanding restoran lain. Hubungan antara pemilik modal dan manajemen dalam konsep rumah makan padang lebih sebagai mitra karena mereka tidak mendapatkan gaji tetapi mendapatkan keuntungan bersih. Terdapat pembagian keuntungan antara penanam modal dengan manajemen atau karyawannya. Keuntungan dibagikan setelah keuntungan dikurangi 2.5 persen untuk zakat. Pendapatan karyawan diukur dengan sistem poin. Poin tertinggi diberikan kepada karyawan yang bekerja di dapur induk (juru masak) karena di bagian ini karyawan paling mampu memberikan nilai rasa menu makanan dan minuman yang dihidangkan (Zikri dan Nurdin,2021).

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi oleh penyedia jasa layanan. Suatu layanan memiliki hasil memuaskan apabila dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan. Terdapat beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan pelanggan dalam melakukan penilaian suatu mutu layanan restoran antara lain: ketepatan waktu penyajian makanan, dapat dipercaya, kemampuan teknis dalam meramu aneka masakan serta harga yang sepadan dengan rasa, kandungan gizi menu dan layanan yang diberikan. Berbasis faktor-faktor tersebut, pelanggan restoran dapat menilai tingkat kepuasan yang mereka terima dari jasa spesifik yang diberikan pemilik restoran, serta tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan pemberi layanan.

Ayu et al. (2023) melakukan penelitian untuk bisnis restoran terdapat model Servqual merupakan model yang layak diaplikasikan. Terdapat model Kano menurut Renaldi dan Mulyati (2022) layak diterapkan pula pada kualitas layanan jasa restoran yang memiliki pengaruh terhadap intensi pembelian. Dimensi kesetiaan merupakan faktor paling utama terkait mutu layanan jasa restoran. Terdapat beberapa dimensi yang berpengaruh antara lain bukti fisik dan perilaku serta terdapat empat variabel lain relevan untuk sektor jasa meliputi *attitude*, *competence*, *reliabilities* dan *convenience* (Villanueva et al, 2023) Kepuasan pelanggan merupakan elemen paling penting untuk menarik dan memelihara loyalitas pelanggan khususnya di sektor jasa restoran (Ennew et al. 2015). Untuk mengukur mutu layanan jasa rumah makan Padang, perlu dilakukan pengukuran kepuasan layanan pelanggan. Kegiatan ini perlu dilakukan karena terdapat persepsi dimasyarakat harga masakan yang disajikan rumah makan padang relatif lebih mahal dibandingkan dengan harga warung lain semisal warung Tegal, warung masakan Jawa dan sebagainya. Berbasis fenomena gap di atas, diambil rumusan masalah utama:

“Apakah layanan jasa rumah makan Padang Andalas Jl KH Dewantara Klaten belum memuaskan pelanggan?”

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model mutu layanan usaha mikro sektor layanan agribisnis makanan khas Indonesia sebagai strategi untuk mencapai keunggulan bersaing pelaku wirausaha mikro serta pembuatan model buku ajar pembelajaran wirausaha berbasis mutu layanan dan kepuasan pelanggan.

Beberapa manfaat dapat diperoleh dari penelitian ini. Bagi ilmu pengetahuan melalui model mutu layanan berbasis Servqual dapat diberikan bukti empiris pentingnya faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pada tataran metodologi, melalui pendekatan anteseden dengan basis kepuasan pelanggan, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan lengkap tentang kepuasan pelanggan berbasis mutu layanan Servqual terutama pengaruh lima indikator utama Servqual berbasis masalah yang dapat diajarkan sebagai mata kuliah wajib bagi mahasiswa S1 antara lain Ilmu Wirausaha, Bisnis ritel dan Manajemen Mutu Terpadu

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep Jasa dan Wirausaha

Jasa merupakan berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain dimana pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik. Produk jasa bisa terkait dengan sebuah produk fisik maupun tidak. Menurut Kotler (2018), jasa memiliki empat ciri utama: *Intangibility*, jasa bersifat tidak nyata. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Mereka mengambil simpulan mengenai mutu jasa dari tempat, orang, peralatan, bahan komunikasi, simbol-simbol, pihak refensi serta harga yang mereka lihat. *Inseparability*, jasa dapat diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu serempak pada kondisi tertentu. *Variability*, jasa bisa beragam, karena sangat tergantung kepada siapa yang menyediakan jasa dan kapan, dimana jasa tersebut bisa disediakan. *Perishability*, jasa tidak dapat disimpan. Suatu kondisi tidak tahan lama dari jasa bukanlah masalah jika permintaannya mampu dipenuhi secara stabil.

Kewirausahaan adalah sebuah cara berpikir dan bertindak yang didasari oleh kemampuan melihat dan menangkap peluang di masa depan. Suatu peluang hanya dapat ditangkap oleh individu yang telah mempersiapkan diri pada bidang tersebut. Individu yang mampu mempersiapkan diri adalah individu yang mau bekerja keras dan mampu membangun relasional dengan pihak lain secara luas. Hubungan itu harus dibangun dengan mendatangi pintu-pintu, baik yang sudah terbuka, setengah terbuka maupun pintu yang masih tertutup sama sekali. Seorang wirausaha muda harus berani bergerak dan mengetuk pintu serta membuat pemilik pintu seolah-olah relasi yang mampu membukakannya untuk mereka (Kasali, 2012). Dari keterbukaan pintu-pintu, individu tersebut akan mendapatkan pengetahuan dan kesempatan baru di masa depan. *Start-up entrepreneur* usaha rumah makan Padang itulah yang akan menentukan apakah wirausaha kecil mampu bertahan, tumbuh menjadi usaha kelas menengah atau tetap kecil dan bahkan malah semakin terpuruk di masa mendatang (Battilana *et al.*, 2009); karena bila melihat pangsa pasar masakan dan rumah makan Padang yang adaptif di seluruh wilayah, akan mampu bertahan, sesuai penelitian Widiastuti dkk (2023) yang menyatakan bahwa pelanggan akan tetap loyal seiring pengalaman, kepuasan, serta brand image.

Dalam pendidikan wirausaha bagi mahasiswa, nilai-nilai dapat ditanamkan kepada pribadi seseorang melalui proses sosialisasi melalui sumber-sumber berbeda yaitu pihak keluarga, lingkungan sosial terdekat, masyarakat, lembaga-lembaga pendidikan, agama, media massa, tradisi-tradisi serta kelompok sebaya tertentu. Riset wirausaha dari berbagai perspektif masih memberikan celah. Beberapa peneliti memiliki fokus pada aspek perspektif sosial (Shapero dan Sokol, 1982). Pembelajaran berbasis masalah terkait mutu

layananjasa restoran RM Padang merupakan pendekatan pembelajaran dengan membuat konfrontasi kepada pembelajaran dengan masalah-masalah praktis atau pembelajaran yang dimulai dengan memberikan masalah dan memiliki konteks dengan dunia nyata (Ubaidillah dan Utomo, 2018)

## ***Service Model***

Kepuasan pelanggan menjadi hal yang sangat menarik untuk diteliti (Wijayanto & Widiastuti, 2021). Riset yang berhubungan dengan pengukuran kepuasan pelanggan dari layanan yang diterima, mengukur derajat kepuasan dan kemampuan menganalisis adanya berbagai kesenjangan sebagai muara selisih antara *expectation service* dengan *perceived service*, telah dilakukan oleh Parasuraman et.al (1991). Parasuraman mengembangkan dimensi *servqual* dalam lima dimensi beberapa aspek jika dilakukan pada jasa restoran berupa: *tangibles*, penekanan pada kualitas tampilan fisik gedung restoran, layout ruang layanan makan, fasilitas AC, kursi meja sistem perangkat lunak pembayaran serta warna gedung yang menjadi ciri khas restoran, *Reliability*, kemampuan memberikan layanan sesuai yang dijanjikan, seperti proses layanan makanan cepat saji, murah dan efisien apakah benar sesuai dalam promosi restoran, *Responsiveness*, keinginan untuk cepat tanggap dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan sebaik mungkin. *Assurance*, pengetahuan dan kesopansantunan para karyawan rumah makan, kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada rumah makan serta *Empathy*, perhatian tulus yang diberikan kepada pelanggan. Karyawan restoran memiliki rasa empati apabila mampu memahami balik rasa sebagai konsumen yang pada saat tertentu membutuhkan layanan makanan kondisi lapar dan sebagainya

## **METODE PENELITIAN**

### **Pengumpulan Data Riset**

Metode survei digunakan dalam riset ini berupa mencari informasi secara langsung dari responden utama. Menurut Singarimbun (1985) metode survei adalah suatu riset yang mengambil sampel dari populasi sasaran dengan menggunakan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpul data utama.

### **Data yang digunakan**

Data primer digunakan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari pelanggan RM Padang Andalas Jl KH Dewantara Klaten. Responden dipilih yang memiliki cukup pemahaman terhadap mutu layanan dari obyek rumah makan Padang yang diteliti.

Data sekunder juga diperlukan dalam riset berupa data dari sumber-sumber kepustakaan, catatan atau arsip institusi serta sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Wawancara terhadap pelanggan rumah makan Padang dilakukan untuk memperoleh hal-hal yang berkaitan dengan gambaran umum rumah makan kepada pihak karyawan restoran, pemilik terkait perencanaan strategi yang telah dilakukan.

Sebagai upaya memperoleh informasi utama dari pelanggan, peneliti menyebarkan kuesioner secara acak terhadap pelanggan rumah makan yang telah mendapatkan layanan makan di RM Padang Andalas Jl KH Dewantara Klaten.

Studi Pustaka dilakukan untuk memperoleh data pendukung relevan serta memiliki kontribusi terhadap luaran riset.

### **Metode Pengambilan Data**

Kegiatan riset ini tidak semua individu dalam populasi diteliti karena keterbatasan waktu, akses dan biaya. Untuk itu digunakan metode sampling dengan berbagai cara sebagai berikut:

## Populasi

Populasi adalah seluruh dari jumlah unit analisis yang ciri-cirinya bisa diduga. Dimaksud populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan RM Padang Andalas JL KH Dewantara Klaten.

## Teknik Pengambilan Sampel

Responden yang dipakai dalam penelitian sejumlah 100 orang pelanggan rumah makan secara *purposive sampling*. Kriteria responden diambil sebagai sampel dalam penelitian adalah individu telah dewasa, dengan anggapan responden telah memiliki pengetahuan yang memadai dalam menilai bagaimana kualitas layanan yang diberikan RM Padang Andalas JL KH Dewantara Klaten terhadap konsumen.

## Metode Analisis Data

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan atribut, kuesioner dapat menjalankan fungsi sebagai alat ukur. Alat ukur dikatakan sah atau valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam riset ini hasil pengukuran yang diperoleh cermat. Uji metode *Pearson product moment*. Koreksi butir instrumen dilakukan melalui metode korelasi *Part whole* (Sekaran, 2013).

Uji reliabilitas dilakukan guna mengukur sejauh mana alat ukur mampu melakukan pengukuran secara konsisten. Alat ukur dikategorikan handal jika hasil pengukuran memberikan data yang sama apabila diulang pada obyek yang berbeda serta waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan melalui metode *Hoyt* serta menggunakan alat bantu komputer program SPSS 21.

### Uji Konfirmasi Mutu Layanan

Uji konfirmasi mutu layanan RM Padang Andalas Klaten dilakukan dengan menggunakan kesenjangan ke-5 *Servqual* melalui metode *Weighted ServQual* (Cronin Taylor, 1992) :

$$I_{kj} = \sum (P_{ij} - E_{ij})$$

$I_{kj}$  = konfirmasi terhadap objek  $j$

$I_{kj} < 0$  = konfirmasi pelanggan restoran tidak puas

$I_{kj} \geq 0$  = konfirmasi pelanggan restoran puas

$P_{ij}$  = kinerja dari atribut  $i$  objek  $j$

$E_{ij}$  = harapan dari atribut  $i$  objek  $j$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji pra Survei Keandalan Kuesioner

Agar penelitian berhasil secara optimal maka dilakukan pra-survei, kajian pustaka dan konsultasi kepada pihak terkait untuk memperoleh gambaran atribut apa yang sebaiknya diukur dalam dimensi mutu layanan. Dari hasil pra-survei diperoleh atribut-atribut yang dikategorikan dalam 15 item pertanyaan mutu layanan dimana: 5 item merupakan bukti fisik, 3 item dimensi keandalan, 2 item dimensi daya tanggap, 2 item dimensi jaminan serta 3 item dimensi empati. Kelima dimensi kemudian disusun menjadi pernyataan-pernyataan yang mudah dipahami oleh pelanggan RM Padang JL KH Dewantara Klaten

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk melihat profil responden dalam penelitian. Dari temuan riset kategori responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas

adalah perempuan sehingga bagi pelanggan RM Padang Andalas yang aktif ditemui saat riset pelanggan wanita.

Kategori responden penelitian ditinjau berdasarkan umur diperoleh bahwa usia pelanggan merupakan usia muda dan produktif, sehingga disimpulkan bagi RM Padang Andalas peningkatan kualitas layanan bagi mereka berusia muda dan produktif patut diperhatikan sebagai faktor utama.

Komposisi responden berdasarkan pekerjaan mayoritas pelanggan berprofesi sebagai pegawai swasta, disimpulkan bahwa bagi pelanggan yang memiliki profesi tersebut, memilih RM Padang Andalas sebagai tempat makan merupakan pilihan ideal karena lingkungan restoran dekat dengan lokasi PT Intan Pariwara grup dan Universitas Widya Dharma

### Uji Model Kuantitatif

Kesungguhan dan keseriusan responden dalam menjawab pertanyaan merupakan esensi tujuan metode survai. Karena keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Jika data yang diperoleh tidak valid atau tidak akurat maka hasil penelitian tidak akan mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya. Sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

### Uji Validitas

Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Misalnya skala nominal yang bersifat non parametrik digunakan untuk mengukur variabel nominal, bukan untuk mengukur variabel interval yang bersifat parametrik. Untuk menghitung sah suatu kuesioner, digunakan teknik korelasi yang dibandingkan antara nilai skor dengan tabel. Adapun kuantifikasi 15 item pertanyaan uji sah tertuang dalam tabel 1

**Tabel 1** Uji kesahihan butir

Butir	Rxy	R tabel	Status
E1	0.527	0.374	sahih
E2	0.648	0.374	sahih
E3	0.597	0.374	sahih
E4	0.556	0.374	sahih
E5	0.541	0.374	sahih
E6	0.697	0.374	sahih
E7	0.670	0.374	sahih
E8	0.628	0.374	sahih
E9	0.527	0.374	sahih
E10	0.686	0.374	sahih
E11	0.534	0.374	sahih
E12	0.596	0.374	sahih
E13	0.723	0.374	sahih
E14	0.624	0.374	sahih
E15	0.694	0.374	sahih
P1	0.845	0.374	sahih
P2	0.868	0.374	sahih
P3	0.494	0.374	sahih
P4	0.785	0.374	sahih

P5	0.584	0.374	sahih
P6	0.665	0.374	sahih
P7	0.794	0.374	sahih
P8	0.534	0.374	sahih
P9	0.515	0.374	sahih
P10	0.575	0.374	sahih
P11	0.455	0.374	sahih
P12	0.464	0.374	sahih
P13	0.553	0.374	sahih
P14	0.624	0.374	sahih
P15	0.424	0.374	sahih

Sumber: data primer responden 2024

Tahap awal riset diuji 30 jawaban responden dibandingkan r tabel bisa disimpulkan bahwa semua butir dinyatakan sah.

### Uji Reliabilitas

Hasil riset dalam uji keandalan menunjukkan bahwa semua dimensi pada kedua faktor lebih besar dari nilai *cronbach alpha* disyaratkan yaitu 0.8. Kuantifikasi secara lengkap uji keandalan tertuang dalam tabel 2

**Tabel 2** Uji keandalan butir

Faktor	Chrobach- alfa	syarat	status
E1	0.871	0.800	handal
E2	0.915	0.800	handal

Sumber: data primer responden 2024

Tabel 2 terlihat kedua dimensi lulus uji serta dinyatakan handal. Butir ini layak untuk digunakan dalam tahap uji selanjutnya (Field, Meile, 2008)

### Uji Model ServQual

Riset menguji tingkat konfirmasi kepuasan pelanggan RM Padang Andalas Klaten digunakan rumus *Weighted Servqual* (Cronin, Taylor, 1992). Dari hasil kuantitatif riset diperoleh total nilai konfirmasi pelanggan dari mutu layanan RM Padang Andalas sebesar - 57.27.

Nilai konfirmasi maksimum atau minimum dengan jumlah responden sebanyak 100 pelanggan rumah makan dari data primer diperoleh angka :

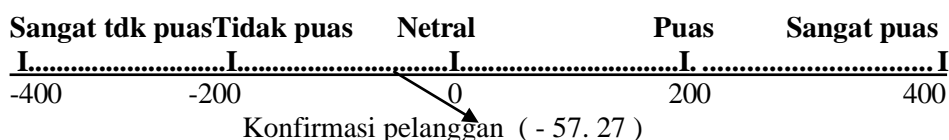
$$I_{kj} \max = 400 \text{ serta } I_{kj} \min = - 400$$

Nilai konfirmasi maksimum bisa dicapai oleh pelanggan dengan asumsi pelanggan memiliki harapan minimal terhadap mutu layanan yang akan diterima dan merasakan kinerja aktual yang maksimum terhadap mutu layanan yang diterima. Demikian sebaliknya, nilai konfirmasi minimum yang dapat dicapai pelanggannya diasumsikan bahwa pelanggan memiliki harapan maksimum terhadap mutu layanan yang diterima, tetapi kenyataannya merasakan kinerja aktual minimum atas mutu layanan yang diterima.

Dalam perhitungan kuantitatif uji data primer, diperoleh nilai konfirmasi pelanggan terhadap RM Padang Andalas memiliki interval sebesar 800, angka tersebut dibagi dalam

4 skala tingkat konfirmasi : *sangat tidak puas, tidak puas, puas* dan *sangat puas*, menurut preferensi nasabah sehingga didapat adanya pembagian *range* diperoleh nilai sebesar 200 poin.

Gambar 1 diperoleh data konfirmasi nasabah terhadap mutu layanan RM Padang Andalas Jl KH Dewantara Klaten dalam suatu interval berikut:



Gambar 1 Konfirmasi pelanggan mutu layanan RM Padang Andalas

Gambar 1 disimpulkan nilai konfirmasi pelanggan mutu layanan RM padang Andalas sebesar -57.27 berada pada interval antara 0 sampai -200 dengan kategori *tidak puas*. Standar minimal yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat kepuasan layanan apabila nilai konfirmasi mencapai nilai sama dengan 0 atau lebih (konfirmasi  $\geq 0$ ). Dari hasil riset diperoleh simpulan kepuasan pelanggan dari mutu layanan RM Padang Andalas Klaten belum tercapai.

Setelah diperoleh uji konfirmasi secara menyeluruh, diurai kesenjangan masing-masing dimensi mutu layanan meliputi dimensi *bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan* dan *empati*. Kegiatan riset ini riset diperoleh data dimensi *bukti fisik* memiliki nilai kesenjangan terbesar senilai -75.50, secara berturut-turut diikuti dimensi *daya tanggap* sebesar -68.12, *empati* sebesar -56.36, dimensi *keandalan* sebesar -58 dan terakhir dimensi *jaminan* sebesar -43.50. Dimensi fisik berkaitan dengan penyediaan jasa yang dibuktikan dengan bukti fisik yang paripurna. Penjelasan dari dimensi ini apakah pengelola RM padang andalas dalam dalam menangani masalah, telah menyampaikan layanan dengan benar kepada pelanggan terkait bukti fisik cita rasa makanan, tampilan gedung, meja kursi, AC dan masih banyak yang harus dibenahi terkait infrastruktur sarana dan prasarana rumah makan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan pembahasan diurai simpulan sebagai berikut:

1. Standar yang harus dicapai untuk memperoleh tingkat kepuasan pelanggan minimum apabila nilai konfirmasi mencapai nilai sama dengan nol atau positif. Hasil uji konfirmasi pelanggan RM Padang andalas didapat nilai sebesar -57,27. Nilai konfirmasi minimum yang dapat dicapai oleh layanan RM padang Andalas sebesar -400. Nilai konfirmasi maksimum yang bisa dicapai sebesar 400. Artinya, tingkat kepuasan dari mutu layanan yang dirasakan pelanggan RM Padang masih minus 14 % dari tingkat kepuasan maksimum. Untuk mencapai tingkat kepuasan minimum, Pihak RM Padang Andalas harus mampu menutup kesenjangan sebesar 14 % dari kepuasan minimum tersebut. Disimpulkan pihak pengelola RM Padang Andalas JL KH Dewantara belum mampu memberikan kepuasan pada mutu layanan yang diharapkan pelanggan.
2. Berbasis uji kuantitatif nilai konfirmasi pelanggan pada tiap dimensi, untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan rumah makan, pihak RM padang Andalas dalam meningkatkan mutu layanan harus memrioritaskan pada dimensi yang memiliki nilai negatif terbesar, dilanjutkan perbaikan bertahap pada nilai negatif berikutnya.



## Saran

Dari simpulan, maka saran yang bisa diberikan sebagai berikut:

1. Pengelola RM Padang Andalas harus terus berupaya meningkatkan mutu layanan kepada pelanggan, sistem *reward* harus diberlakukan kepada karyawan untuk mengejar tingginya tuntutan mutu layanan dari pelanggan
2. Pihak pengelola RM Padang Andalas secara periodik wajib mengadakan survai mutu layanan. Hal ini perlu dilakukan karena harapan akan mutu layanan sesuai tuntutan keinginan pelanggan selalu berubah terkait lingkungan, waktu dan kondisi persaingan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, S.S., Hasibuan, M., Saragih, T.H.P., Nurbaiti. (2023). Analisis Strategi Rumah Makan Padang Sinar dalam Memenuhi Customer Expectations. *Jurnal Ekonomi Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*. Vol 3 (1) pp 39-49
- Battilana J, Leca B, Boxenbaum. (2009). How actors change institution: towards a theory of institutional entrepreneurship. *The Academy of Management Annals* 3(1) : 65-107
- Cronin, J.J., Taylor, S.A. (1992). Measuring Services Quality: a Reexaminations and Extension. *The Journal Of Marketing*, 56, pp 56-68
- Darmawan, D., Firmansyah, M. (2009) *Bisnis Antbangkrut: Membongkar Rahasia Sukses RM Padang dan Warteg*. Jakarta:Visimedia
- Ennew, C.T., Binks, M.R and Chiplin, B. (2015). Customer Satisfaction and Customer Retention: an Examination of Small Business and Their Banks in UK. *In Proceeding of The Academy of Marketing Science (AMS) Annual Confrence 9*, pp188-192 Springer, Cham
- Field, J.M., Meile, L.C. (2008). Supplier Relations and Supply Chain Perfomance in Financial Services Processes. *International Journal Operation Production Management*, 28 pp 185-206
- Kaushik, M. (2013). Customer Oriented Organization: a Frame Work for Innovation. *Journal of Business Strategy*, 34 93), 49-56
- Kasali, R. (2012). *Cracking Entrepreneurs: Inilah Para Crackers Lokal yang Tak Ada Matinya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, P. (2018). *Marketing Management*. 15 ed, Pearson Education Limited
- Parasuraman, A., Berry, L.L, Zeithaml, V.A. (1991). Understanding Customer Expectations of Services. *Sloan Management Review*, 32 pp 39-48
- Renaldi,R., Mulyati, D.S. ( 2022)Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran Menggunakan Servqual dan Kano. *Jurnal Riset Teknik Industri* . Vol 2 (2) pp 109-116
- Sekaran, U., Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business: a Skill Building Approach*. New Jersey: John Willey and Sons
- Shapero, A., Sokol, L., (1982) *The social dimensions of entrepreneurship*. The encyclopedia of Entrepreneurship. Englewood Cliffs NJ: Prentice-Hall
- Singarimbun, M., Effendi, S. (1985) *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Ubaidillah,M., Utomo,S.W. (2018) Pengaruh Model pembelajaran Berbasis Masalah Terhadap Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Promosi Pendidikan Ekonomi UM Metro* Vol 6 (1) halaman 11-19.
- Villanueva,M.C.C., Alejandro, A.F., Gaan, M.L.L.P (2023) Measuring the Service Quality Customer Satisfaction and Customer Loyalty of Selected Fast Food Reataurants during the Covid-19 Pandemic. *Open Journalof Business and Management*. Vol 11 pp 1181-1207.
- Widiastuti, E., Sukesi, S., & Handayani, A. (2023). The Effect of Customer Experience, Customer Satisfaction and Brand Image on Customer Loyalty in Shopping Centers

in The City of Solo. *International Journal of Economics, Business and Innovation Research*. 2(04): 586-605.

Wijayanto, R.I., & Widiastuti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Indomartco Prismatama (Indomaret) Cabang Klaten. *Surakarta Management Journal*, 3(2): 102-119.

Zikri, M., Nurdin, T.M. (2021) Realitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang di IDI Rayeuk Kabupaten Aceh Timur. *Iqtishady (Jurnal Ekonomi Syariah)* Vol 2 (1) pp 41-56