# ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN D'MASTER RESTO DI Q-MALL BANJARBARU

## Customer Satisfaction Analysis on the Services of D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru

**Agus Teguh Suwito*, Luki Anjardiani, Emy Rahmawati**
Prodi Agribisnis/Jurusan SEP, Fak. Pertanian – Univ. Lambung Mangkurat, Banjarbaru – Kalimantan Selatan

*Corresponding author: agusteguh888@gmail.com

**Abstrak.** D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru merupakan industri skala kecil dalam subsistem hilir yang di sebut juga kegiatan ekonomi yang mengolah hasil produk usahatani menjadi produk olahan kemudian didistribusikan. Tujuan penelitan ini adalah untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja dari pelayanan, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan serta menganalisis kualitas pelayanan dari setiap indikator yang dirasakan oleh konsumen di D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru. Penelitian dilaksanakan di D'Master Resto Q-Mall kota Banjarbaru yang dimulai dari bulan Februari 2018 sampai dengan Februari 2019. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*, sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukan bahwa tingkat kinerja dan kepentingan terhadap pelayanan D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru bahwa kinerja yang di rasakan oleh konsumen berada pada tingkat Memuaskan, analisis terkait tingkat kepuasan konsumen berada pada angka 78,52%, yang dapat diketahui bahwa tingkat kinerja yang diberikan masih belum dapat memenuhi harapan konsumen, hasil analisis lima indikator pelayanan yang diteliti, terdapat indikator tanggapan yang paling mendekati nilai dari harapan konsumen yaitu dengan nilai kepuasan sebesar 81,70%, nilai ini menunjukan angka yang lebih tinggi dari 4 indikator lain. Karena secara berturut turut nilai dari 4 indikator lainya yaitu indikator kepastian 80,38%, empaty 78,32%, kehandalan 77,56%, dan yang terendah penampilan fisik 73,06%.

Kata kunci:analisis kepuasan konsumen, pelayanan, D'Master Resto Q-Mall

## PENDAHULUAN

Subsistem hilir disebut juga kegiatan ekonomi yang mengolah hasil produk usahatani menjadi produk olahan kemudian didistribusikan. (Maulidah, 2012: 49-51). Industri kecil yang bergerak di bagian olahan makanan dan minuman salah satunya adalah D'Master.

Di dalam kegiatan usaha agribisnis seperti D'Master, terdapat beberapa kegiatan penting, diantaranya yaitu kegiatan pengolahan bahan baku, yang hampir semuanya adalah produk-produk hasil pertanian, dan kegiatan untuk mendapat keuntungan, sehingga pada dasarnya usaha agribisnis sama dengan usaha dibidang lain yang erat kaitanya dengan memasarkan produk untuk mendapat keuntungan, dan usaha agribisnis juga berkaitan dengan konsumen serta kepuasan konsumenya. Ketika konsumen membeli satu produk D'Master, maka konsumen tersebut akan memiliki harapan tentang bagaimana produk D'Master tersebut berfungsi, harapan tersebut adalah standar kualitas produk D'Master, yang akan dibandingkan dengan fungsi produk, atau kualitas produk yang sesungguhnya konsumen tersebut rasakan. Fungsi yang sesungguhnya dirasakan konsumen terhadap produk D'Master sebenarnya adalah persepsi dari konsumen terhadap kualitas yang diberikan D'Master.

Pelayanan di D'Master Resto Q-mall Banjarbaru, sudah dilakukan dengan maksimal oleh karyawan, mulai dari karyawan yang bertugas memasak di dapur, dan yang membuat minuman di bar, mereka sudah membuat makanan dan minuman sesuai resep dan menyajikan dengan penyajian yang baik, karyawan pelayan juga sudah melakukan pelayanan yang sesuai dengan instruksi dari

supervisor selaku atasan langsung di bawah manager pada cabang Q-Mall Banjarbaru, hingga kasir yang selalu ramah melayani setiap konsumen di setiap melakukan pembayaran bill. Akan tetapi tidak jarang ada pelanggan yang memberikan keluhan terkait pelyanan, bahkan pelanggan setia dari D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru, ada beberapa yang meninggalkan dan beralih ke tempat lain, maka peneliti memutuskan bahwa perlunya dilakukan penelitian terkait kepuasan konsumen terhadap pelayanan di D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru.

**Tujuan dan Kegunaan**

Tujuan dari penelitian adalah: (1) menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja; (2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan; (3) menganalisis kualitas pelayanan dari setiap indikator yang dirasakan oleh konsumen D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru.

Kegunaan dari penelitian adalah: (1) untuk menerapkan ilmu pengetahuan peneliti yang telah dipelajari dalam perkuliahan; (2) sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengevaluasi serta meningkatkan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan; (3) sebagai bahan literatur dan tambahan informasi pengetahuan untuk penelitian yang lain maupun penelitian lanjutan.

## METODE

**Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di D'Master Resto Q-Mall Kota Banjarbaru. Penelitian ini dimulai dari bulan Februari 2018 sampai dengan Februari 2019.

**Metode Penarikan Contoh**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*, yaitu penetuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Tarjo, 2019: 56). Untuk memperoleh data, peneliti menemui subjek yaitu orang-orang yang secara kebetulan dijumpai pada saat penelitian dilakukan, dan peneliti melakukan penelitian hingga mencapai jumlah yang dianggap cukup bagi peneliti yaitu 100 responden. Pengambilan sampel di lakukan mulai tanggal 12 April sampai dengan 15 Mei 2018.

**Analisis Data**

Untuk mengetahui tujuan pertama, yaitu menganalisa tingkat kepentingan pelayanan yang dirasakan konsumen, dengan rumus berikut: (Algifari, 2016: 62-70):

$$\text{Kepentingan} = \frac{(\Sigma y)}{n} \quad (1)$$

dengan: yi skor penilaian kepentingan yang diperoleh pada atribut i.
n Keseluruhan responden yang di teliti.

Untuk menganalisa tujuan kedua, tingkat kinerja pelayanan yang dirasakan konsumen digunakan rumus berikut:(Algifari, 2016: 62-70):

$$\text{Kinerja} = \frac{\Sigma x}{n} \quad (2)$$

dengan: xi skor penilaian kinerja yangdi peroleh pada atribut i.
n Keseluruhan responden yang di teliti.

Untuk mengetahui tujuan ketiga, yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen dari tiap indikator dianalisa dengan rumus:(Algifari, 2016: 62-70):

$$\text{Tki} = \frac{X}{Y} \text{ x } 100\% \quad (3)$$

dengan: Tki tingkat kepuasan konsumen per indikator
Xi skor penilaian tingkat kinerja konsumen pada indikator i
Yi skor penilaian tingkat kepentingan konsumen pada indikator i.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja terhadap Pelayanan**

Tingkat Kepentingan merupakan suatu harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan sebelum melakukan kegiatan pembelian, berupa barang atau jasa, begitu halnya untuk pembelian produk di D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru, dan Tingkat Kinerja terhadap pelayanan merupakan sesuatu yang diterima atau didapat oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk di

D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru. Dengan berbagai pandangan masing-masing, konsumen memberikan suatu penggambaran atas hasil yang diterima, atau dirasakan dari pelayanan yang diberikan oleh D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dapat dilihat Tabel 1.

Tabel 1. Skor Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja terhadap pelayanan di D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru

| Atribut | Kepentingan | | Kinerja | |
|---|---|---|---|---|
| | Skor | Kategori | Skor | Kategori |
| A1 | 4,15 | Penting | 3,61 | Memuaskan |
| A2 | 4,37 | Sangat Penting | 3,46 | Memuaskan |
| A3 | 4,52 | Sangat Penting | 3,69 | Memuaskan |
| A4 | 4,39 | Sangat Penting | 3,58 | Memuaskan |
| A5 | 4,47 | Sangat Penting | 1,89 | Tidak Memuaskan |
| B1 | 4,59 | Sangat Penting | 3,67 | Memuaskan |
| B2 | 4,54 | Sangat Penting | 3,56 | Memuaskan |
| B3 | 4,61 | Sangat Penting | 3,36 | Cukup Memuaskan |
| B4 | 4,66 | Sangat Penting | 3,53 | Memuaskan |
| B5 | 4,49 | Sangat Penting | 3,63 | Memuaskan |
| C1 | 4,20 | Sangat Penting | 3,35 | Cukup Memuaskan |
| C2 | 4,48 | Sangat Penting | 3,44 | Memuaskan |
| C3 | 4,40 | Sangat Penting | 3,63 | Memuaskan |
| C4 | 4,24 | Sangat Penting | 3,71 | Memuaskan |
| C5 | 4,49 | Sangat Penting | 3,68 | Memuaskan |
| D1 | 4,40 | Sangat Penting | 3,52 | Memuaskan |
| D2 | 4,32 | Sangat Penting | 3,44 | Memuaskan |
| D3 | 4,58 | Sangat Penting | 3,66 | Memuaskan |
| D4 | 4,55 | Sangat Penting | 3,77 | Memuaskan |
| D5 | 4,49 | Sangat Penting | 3,57 | Memuaskan |
| E1 | 4,48 | Sangat Penting | 3,50 | Memuaskan |
| E2 | 4,49 | Sangat Penting | 3,42 | Memuaskan |
| E3 | 4,56 | Sangat Penting | 3,64 | Memuaskan |
| E4 | 4,63 | Sangat Penting | 3,74 | Memuaskan |
| E5 | 4,49 | Sangat Penting | 3,57 | Memuaskan |
| Rata-Rata | 4,46 | Sangat Penting | 3,50 | Memuaskan |

Keterangan :
1,00–1,79= Tidak penting/tidak memuaskan
1,80–2,59= Kurang penting/kurang memuaskan
2,60–3,39= Cukup penting/cukup memuaskan
3,40–4,19= Penting/memuaskan
4,20–5,00= Sangat penting/sangat memuaskan

Berdasarkan Tabel 1, aribut yang termasuk kedalam kategori sangat penting menururut responden adalah atribut kebersihan tempat (A2) dengan skor yang didapat 4,37, atribut kenyamanan tempat (*interior*) (A3) dengan skor yang didapat 4,52, atribut sarana pengaduan/saran/masukan (A4) dengan skor yang diperoleh 4,39, atribut sarana wifi (A5) dengan skor yang didapat 4,47.

Atribut keramahan dalam pelayanan (B1) dengan skor 4,59, atribut kecepatan dan ketepatan waktu dalam pemrosesan pesanan (B2) dengan skor 4,54, atribut mengantarkan pesanan dengan hasil akurat/benar tidak ada kesalahan (B3) dengan 4,61. Atribut keterjagaan kualitas dan rasa makanan dan minuman dengan konsisten (B4) dengan skor 4,66, atribut penyambutan dalam penerimaan tamu oleh personel khusus, serta pengantaran tamu ke tempat duduk (B5) dengan skor 4,49.

Atribut peletakan peralatan serta penyajian makanan penutup yang dipesan (C1) dengan skor 4,20, atribut kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan (C2) dengan skor 4,48. Atribut pelayanan pencatatan makanan dan minuman yang dipesan (C3) dengan skor 4,40, atribut ketersediaan p3k untuk keselamatan dan pertolongan pertama (C4) dengan skor 4,24, atribut memberikan fasilitas *baby-chair* dengan segera (C5) dengan skor 4,49.

Atribut pengetahuan petugas mengenai bidang tugasnya (D1) dengan skor 4,40, atribut keterampilan/kecakapan petugas (D2) dengan skor 4,32.Atribut pembayaran tunai dan atau non tunai (D3) dengan skor 4,58. Atribut mencantumkan harga di setiap pilhan menu (D4) dengan skor 4,55, atribut kepastian tidak ada biaya dalam pelayanan (D5) dengan skor yang didapat 4,49.

Atribut perlakuan pelayanan yang adil pada konsumen tanpa berpihak (E1) dengan skor 4,48, atribut memberikan perhatian secara tulus kepada konsumen (E2) dengan skor 4,49. Atribut penawaran makanan penutup (E3) dengan skor 4,56, atribut pengangkatan peralatan kotor (*clear-up)* dan perapihan meja (E4) dengan skor 4,63, atribut penawaran pilihan produk diskon kepada pelanggan (E5) dengan skor 4,49.

Dan juga atribut yang termasuk kedalam kategori penting yaitu kebersihan dan kerapian petugas (A1) dengan skor yang didapat sebesar 4,15.

Berdasarkan Hasil Analisis yang terangkum dalam Tabel 1, ditunjukan pula bahwa terdapat 22 (dua puluh dua) atribut kinerja yang termasuk kedalam kategori memuaskan yaitu

atribut atribut kebersihan dan kerapian petugas (A1) dengan rerata skor 3,61, atribut kebersihan tempat (A2) dengan rerata skor 3,46, atribut kenyamanan tempat (*interior*) (A3) dengan rerata skor 3,69, atribut sarana pengaduan/ saran/ masukan (A4) dengan rerata skor 3,58.

Atribut keramahan dalam pelayanan (B1) dengan rerata skor 3,67, atribut kecepatan dan ketepatan waktu dalam pemrosesan pesanan (B2) dengan rerata skor 3,56, atribut keterjagaan kualitas dan rasa makanan dan minuman dengan konsisten (B4) dengan rerata skor 3,53, atribut penyambutan dalam penerimaan tamu oleh personel khusus, serta pengantaran tamu ke tempat duduk (B5) dengan rerata skor 3.63.

Atribut kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan (C2) dengan rerata skor 3,44, atribut pelayanan pencatatan makanan dan minuman yang di pesan (C3) dengan rerata skor 3,63, atribut ketersediaan P3K untuk keselamatan dan pertolongan pertama (C4) dengan rerata skor 3,71, atribut memberikan fasilitas *baby-chair* dengan segera (C5) dengan rerata skor 3,68.

Atribut pengetahuan petugas mengenai bidang tugasnya (D1) dengan rerata skor 3,52, atribut keterampilan/kecakapan petugas (D2) dengan rerata skor 3,44, atribut pembayaran tunai dan atau non tunai (D3) dengan rerata skor 3,66, atribut mencantumkan harga di setiap pilhan menu (D4) dengan rerata skor 3,77, atribut kepastian tidak ada biaya dalam pelayanan (D5) dengan rerata skor 3,57,

Atribut perlakuan pelayanan yang adil pada konsumen tanpa berpihak (E1) dengan rerata skor 3,50, atribut memberikan perhatian secara tulus kepada konsumen (E2) dengan rerata skor 3,42, atribut penawaran makanan penutup (E3) dengan rerata skor 3,64, atribut pengangkatan peralatan kotor (*clear-up)* dan perapihan meja (E4) dengan rerata skor 3,75, dan atribut penawaran pilihan produk diskon kepada pelanggan (E5) dengan rerata skor 3,57.

Dua atribut yang termasuk kedalam kategori cukup memuaskan yaitu atribut mengantarkan pesanan dengan hasil akurat/benar tidak ada kesalahan (B3) dengan rerata skor yang didapat sebesar 3,36, dan atribut peletakan peralatan serta penyajian makanan penutup yang dipesan (C1) dengan rerata skor yang diperoleh sebesar 3,35.

Dan satu atribut yang termasuk ke dalam kategori kurang memuaskan yaitu atribut sarana wifi (A5) dengan rerata skor yang diperoleh sebesar 1,89.

**Tingkat Kepuasan terhadap Kualitas Pelayanan.**

Berdasarkan data penelitian didapat rata-rata skor untuk tingkat kinerja sebesar 3.50 dan tingkat kepentingan rata-rata skornya 4.46 dan didapat juga hasil persentase secara rata-rata untuk tingkat kepuasan terhadap pelayanan sebesar 78,52%. Berdasarkan nilai tersebut tingkat kepuasan antara harapan konsumen terhadap pelayanan yang diterima hanya sebesar 78,52%, berarti bahwa harapan dari konsumen masih lebih tinggi dari pada pelayanan yang diberikan oleh D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru.

Dari hasil analisis juga diketahui bahwa terdapat beberapa atribut yang tingkat kesesuaiannya berada di bawah nilai tingkat kesesuaian rata rata atau di bawah 78,52%, yang menururut peneliti atibut-atribut ini perlu perhatian dan evaluasi khusus dari pihak managemen untuk ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya. adapun atribut yang harus di perbaiki adalah:

Atribut layanan sarana wifi yang angka tingkat kesesuaiannya berada pada 42,28%,

Atribut kecepatan/ketepatan waktu dalam pemrosesan pesanan dengan angka tingkat kesesuaian sebesar 78,41%,

Atribut mengantarkan pesanan dengan hasil akurat/benar tidak ada kesalahan yang tingkat kesesuaiannya berada pada angka 72,88% ,

Atribut keterjagaan kualitas rasa makanan dan minuman dengan konsisten yang tingkat kesesuaiannya berada pada angka 75,75%,

Atribut kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang tingkat kesesuaiannya berada pada angka 76,78%, atribut perlakuan pelayanan yang adil pada konsumen tanpa berpihak yang tingkat kesesuaiannya berada pada angka 78,12%, dan atribut memberikan perhatian secara tulus kepada konsumen yang angka tingkat kesesuaiannya berada pada 76,16%.

**Tingkat Kepuasan Konsumen tiap Indikator terhadap Pelayanan**.

Penghitungan untuk tingkat kepuasan konsumen pada kinerja dan kepentingan juga dilakukan pada setiap Indikator.

Pertama Indikator penampilan fisik dengan Tingkat Kinerja rata-ratanya 3,24 dan Tingkat Kepentingan rata-ratanya 4,38 dikali 100 didapat angka 73,97%. Indikator Kehandalan dengan Tingkat Kinerja rata-ratanya 3,55 dan Tingkat Kepentingan rata-ratanya 4,58 dikali 100 didapat angka 77,51%.

Indikator Tanggapan dengan Tingkat Kinerja rata-ratanya 3,56 dan Tingkat Kepentingan rata-ratanya 4,36 dikali 100 didapat angka 73,97%. Indikator Kepastian dengan Tingkat Kinerja 3,59 dan Tingkat Kepentingan 4,47 dikali 100 didapat angka 80,31%.

Indikator Empati dengan Tingkat Kinerja 3,57 dan Tingkat Kepentingan 4,53 dikali 100 didapat angka 78,80%. Kemudian dari semua hasil di rata-ratakan lagi sehingga didapat untuk tingkat kepuasan sebesar 78,32% dengan rata-rata (Tingkat kinerja 3,49 dan tingkat kepentingan 4,46) dengan kriteria "memuaskan", dengan demikian pelayanan yang dirasakan oleh konsumen di D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru adalah memuaskan. Untuk perhitungan empat atribut lainnya sama dengan perhitungan indikator penampilan fisik.

Tabel 2. Skor tingkat kepuasan konsumen tiap indikator terhadap pelayanan

| Indikator | Kinerja | Kepentingan | Tingkat Kepuasan (%) |
|---|---|---|---|
| A. Penampilan Fisik | 3,24 | 4,38 | 73,97 |
| B. Kehandalan | 3,55 | 4,58 | 77,51 |
| C. Tanggapan | 3,56 | 4,36 | 81,65 |
| D. Kepastian | 3,59 | 4,47 | 80,31 |
| E. Empaty | 3,57 | 4,53 | 78,80 |
| Rata-rata | 3,50 | 4,46 | 78,45 |

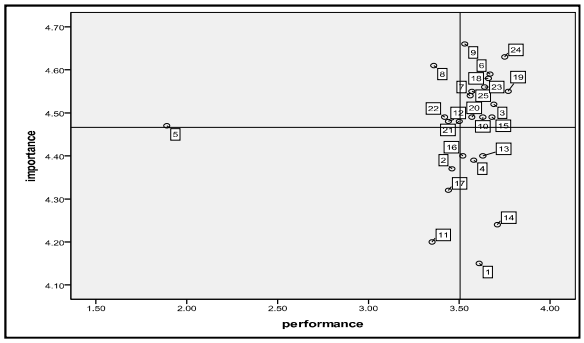
Sumber: Pengolahan data primer (2019)

Berdasarkan Tabel 2, untuk indikator penampilan fisik skor tingkat kepuasan konsumen sebesar 73,97%,pada indikator kehandalan skor tingkat kepuasan konsumen sebesar 77,51%, untuk indikator tanggapan hasil tingkat kepuasan konsumen sebesar 81,65%,pada indikator kepastian hasil tingkat kepuasan konsumen sebesar 80,31% dan indikator empati skor tingkat kepuasan konsumen sebesar 78,80%.

**Analisis Kuadran**

Analisis kuadran adalah salah satu instrumen penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan masing-masing, menganalisis pelayanan yang diberikan D'Mater Resto berkinerja buruk ataukah justru berlebih, sehingga dapat diketahui posisi perusahaan dalam hal memberikan pelayanan kepada semua konsumen.

Hasil analisis juga di gunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan dalam hal ini D'Mater Resto Q-Mall Banjarbaru, untuk mengetahui tiap-tiap atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan, dan pelayanan yang perlu dipertahankan. Berikut ini adalah gambar diagram yang diperoleh dari hasil analisis:




Gambar 1. ……

Pada Gambar 1, diketahui posisi tiap-tiap atribut dalam empat kuadran yaitu kuadran A sebagai kuadran perioritas utama, kuadran B sebagai kuadran pertahankan prestasi, kuadran C sebagai kuadran perioritas rendah, dan kuadran D yaitu kuadran yang disebut sebagai *possible overkill* atau berlebihan.

Pada kuadran A sebagai kuadran perioritas utama terdapat 5 (lima) atribut yatu: Atribut sarana wifi dengan titik koordinat (1,58), (4,39), atribut mengantarkan pesanan dengan hasil akurat/benar tidak ada kesalahan dengan titik koordinat (3.36), (4.61), atribut kemampuan petugas untuk cepat tanggap dalam menghadapi keluhan dengan titik koordinat (3.44), (4.48), atibut perlakuan pelayanan yang adil pada konsumen tanpa berpihak dengan titik koordinat (3.50), (4.48), dan atribut memberikan perhatian dengan tulus pada konsumen dengan titik koordinat (3.42), ( 4.49). Kelima atribut ini adalah atribut yang menurut konsumen

pelayananya sangat rendah dari yang diharapkan sehingga D'Mater Resto perlu menjadikan keempat atribut ini sebagai perioritas utama dalam meningkatkan kualitas pelayanannya kedepan.

Kuadran B atau kuadran pertahankan prestasi terdapat 12 (dua belas) atribut yaitu: Atribut kenyamanan tempat dengan titik koordinat (3.69), (4.52), atribut keramahan dalam pelayanan dengan titik koordinat (3.67), (4.59), atribut kecepatan dan ketepatan waktu dalam pemrosesan pesanan dengan titik koordinat (3.56), (4.54), atribut keterjagaan kualitas dan rasa makanan dan minuman dengan konsisten dengan titik koordinat (3.53), (4.66),

Atribut penyambutan dalam penerimaan tamu oleh personel khusus, serta pengantaran tamu ketempat duduk dengan titik koordinat (3.63), (4.49), atribut memeberikan fasilitas *baby chair* dengan segera didapat koordinat (3.68), (4.49), atribut pembayaran tunai dan atau nontunai dengan titik koordinat (3.66), (4.58), atribut mencantumkan harga di setiap pilihan menu dengan titik koordinat (3.77), (4.55), atribut kepastian tidak ada biaya dalam pelayanan dengan titik koordinat (3.57), (4.49),

Atribut penawaran makanan penutup dengan titik koordinat di dapat (3.64), (4.56), atribut pengangkatan peralata kotor dengan titik koordinat yang didapat (3.75), (4.63), dan atribut penawaran produk dengan harga diskon kepada pelanggan didapat titik koordinat (3.57), (4.49). Dengan demikian dapat diketahui konsumen berpendapat bahwa pelayanan D'Mater Resto yang dirasakan atau didapat oleh konsumen sudah sesuai dengan apa yang diharapkan dan diketahui pula bahwa 12 atribut ini adalah pelayanan yang harus dipertahankan kualitasnya oleh D'Mater Resto untuk ke depan.

Kuadran C atau kuadran perioritas rendah terdapat 3 (tiga) atribut yaitu: Atribut kebersihan tempat dengan koordinatnya yang didapat (3.46), (4.3), atribut peletakan serta penyajian makanan penutup yang dipesan dengan koordinatnya yang didapat (3.35), (4.20), dan juga atribut keterampilan kecakapan petugas dengan koordinat (3.44), (4.32). Diketahui bahwa pelayanan yang tidak begitu diharapkan oleh konsumen dan pelayanan yang diberikan oleh pihak D'Mater Resto juga tidak begitu bagus. Dengan demikian ke 3 atribut ini harus diletakan oleh D'Mater Resto pada posisi perioritas yang rendah.

Kuadran D atau kuadran berlebihan (*possible overkill*) terdapat 5 (lima) atribut yaitu: Atribut kebersihan dan kerapihan petugas dengan koordinatnya yang didapat (3.61), (4.15), atribut sarana pengaduan saran/masukan dengan koordinatnya yang didapat (3.58), (4.39),

Atribut pelayanan pencatatan makanan dan minuman yang di pesan dengan koordinatnya yang didapat (3.63), (4.40), atribut ketersediaan P3K untuk keselamatan dan pertolongan petama dengan koordinatnya yang didapat (3.74),(4.20), dan aribut pengetahuan petugas mengenai bidang tugasnya dengan koordinatnya yang didapat (3.52),(4.40).

Dengan demikian diartikan bahwa ke 5 atribut ini merupakan atribut pelayanan yang tidak begitu diharapkan oleh konsumen akan tetapi pelayanan yang diberikan oleh pihak D'Mater Resto terbilang sangat bagus, sehingga kelima atribut ini kualitas pelayananya harus sedikit diturunkan oleh pihak D'Mater Resto atau biaya pelayanan kelima atribut ini jika ada, maka sebagianya harus dialihkan kepada atribut pelayanan yang tergolong perioritas utama, karena kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak D'Mater Resto pada kelima atribut ini dinilai berlebihan oleh konsumen.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat beberapakesimpulan yaitu:

1. Kinerja yang dirasakan oleh konsumen terhadap pelayanan D'Master Resto Q-Mall Banjarbaru berada pada tingkat Memuaskan, sedangkan semua atribut menurut konsumen rata rata adalah Sangat Penting.
2. Tingkat kepuasan konsumen menunjukan angka 78,52 skala 100, artinya bahwa tingkat kinerja yang diberikan masih belum dapat memenuhi harapan konsumen.
3. Dari lima indikator pelayanan yang diteliti, indikator tanggapan adalah indikator yang paling mendekati nilai dari harapan konsumen, yaitu dengan nilai kepuasan 81,70%. Kemudian diikuti oleh4 indikator lainya yaitu indikator kepastian 80,38%, empaty 78,32%, kehandalan 77,56%, dan yang terendah penampilan fisik 73,06%.

**Saran**

1. Sebaiknya pihak D'Master aktif untuk meninjau secara langsung kepada konsumen terkait hal-hal yang harus di perbaiki kualitas pelayananya sehingga tidak di dapat temuan-temuan yang ternyata sudah lama tidak diperhatikan.
2. Sebaiknya pihak manajemen D'Master memberlakukan aturan yang dapat meningkatkan kualitas kerja setiap pekerjanya terlebih yang berhadapan langsung dengan konsumen, misalnya memberikan penghargan kepada kayawan terbaik setiap bulan yang dapat memacu semangat setiap karyawan untuk mendapat predikat karyawan terbaik.
3. Pihak D'Master berfokus untuk meningkatkan kinerja perusahaannya dengan meningkatkan semua pelayanannya supaya menjadi sangat memuaskan bagi konsumen terutama pada pelayanan sarana wifi, pelayanan pengantaran pesanan dengan hasil yang harusnya akurat, dan juga pada pelayanan peletakan peralatan serta penyajian makana penutup yang di pesan yang masih jauh dari nilai sangat memuaskan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Algifari, 2016. *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance-Performance Analysis* (IPA), *dan Model Kano*.STIE YKPN, Yogakarta.

Maulidah, silvana, 2012. Pengantar Manajemen Agribisnis. Universitas Brawijaya Press (UB Press). Malang.

Tarjo, 2019. Metode Penelitian, CV Budi Utama. Yogyakarta.