

Analisis Kepuasan *Costumers* Terhadap Pelayanan Cafe *Choice Space* Menggunakan Metode *Servqual* (*Service Quality Model*)

Rhima Maghfirah^a, Irawati^b, Farniwati Fattah^c

Universitas Muslim Indonesia, Makassar, Indonesia

^a13120230055@umi.ac.id; ^birawati.irawati@umi.ac.id; ^cfarniwatifattah@umi.ac.id

Received: 04-02-2025 | Revised: 02-06-2025 | Accepted: 19-06-2025 | Published: 29-06-2025

Abstrak

Keunggulan kompetitif dalam industri food and beverage (F&B) tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada keunggulan pelayanan yang mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Cafe Choice Space, sebagai salah satu penyedia layanan kafe modern, menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan akibat ketimpangan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality Model) dengan mengukur lima dimensi utama: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diberikan kepada 30 responden, serta pengolahan data menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk memastikan keabsahan instrumen penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat gap signifikan pada dimensi Responsiveness (-16.67) dan Reliability (-12.00), menandakan bahwa pelanggan merasa pelayanan masih belum optimal dalam aspek kecepatan respons dan akurasi layanan. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan berbasis sistem digital dan pelatihan staf sangat diperlukan guna mengoptimalkan kepuasan pelanggan serta meningkatkan daya saing Cafe Choice Space di tengah persaingan industri F&B yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, Gap Analysis, Kualitas Layanan, Cafe Choice Space

Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan aspek fundamental dalam industri jasa, terutama dalam sektor food and beverage (F&B), di mana kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya saing bisnis. Menurut Statistik Industri F&B Indonesia 2023, sektor ini mengalami pertumbuhan sebesar 7,5% per tahun dengan peningkatan jumlah kedai dan kafe yang mencapai lebih dari 15.000 unit di berbagai kota besar [1]. Hal ini menunjukkan tingginya kompetisi dalam industri kafe yang menuntut pengelola untuk terus meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Berdasarkan teori Parasuraman et al. (1988), model SERVQUAL (Service Quality Model) menjadi salah satu metode yang paling banyak digunakan dalam mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diterima [2]. Selain itu, aspek hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dalam layanan F&B telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mewajibkan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan standar kualitas [3].

Kualitas pelayanan di industri kafe dapat diukur melalui lima dimensi utama dalam model SERVQUAL, yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Perhatian) [4]. Kesenjangan antara harapan dan kenyataan dalam kelima dimensi ini menjadi faktor penentu dalam kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketepatan waktu penyajian, keramahan staf, dan kenyamanan tempat menjadi aspek dominan dalam kepuasan pelanggan kafe [5],[6]. Selain itu, studi oleh [7] menemukan bahwa faktor *tangible* seperti desain *interior*, kebersihan, serta fasilitas pendukung memiliki kontribusi sebesar 32% terhadap kepuasan pelanggan kafe di wilayah perkotaan [8]. Dengan demikian, penelitian ini menekankan pentingnya mengukur dan menganalisis kualitas layanan melalui pendekatan SERVQUAL untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan di Cafe Choice Space.

Cafe *Choice Space* merupakan sebuah kedai kopi yang berlokasi di Jl. Merdeka No. 45, Kota Surabaya, Jawa Timur. Kafe ini telah beroperasi sejak tahun 2018 dan dikenal sebagai tempat yang nyaman bagi kalangan pekerja, mahasiswa, dan komunitas kreatif yang sering menggunakan area kafe untuk diskusi dan bekerja. Dengan konsep cozy dan modern industrial, Cafe *Choice Space* menawarkan berbagai menu kopi dan non-kopi yang menggunakan bahan baku berkualitas tinggi serta pelayanan yang diklaim memenuhi standar industri

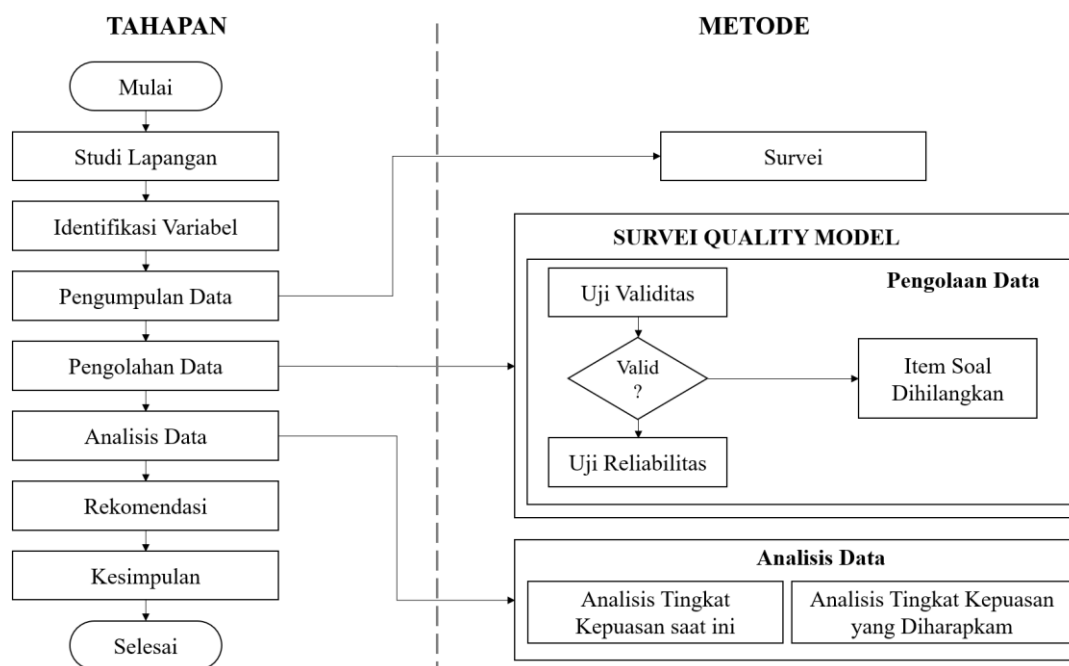
F&B. Namun, meskipun memiliki rating tinggi dalam berbagai platform ulasan pelanggan, masih terdapat keluhan mengenai ketepatan waktu penyajian, keramahan staf, serta kenyamanan fasilitas yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini.

Meskipun *Cafe Choice Space* memiliki pelanggan setia, terdapat beberapa keluhan yang berulang terkait kecepatan layanan dan kualitas interaksi staf dengan pelanggan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui survei awal menggunakan metode SERVQUAL, ditemukan bahwa dimensi Responsiveness dan Reliability memiliki GAP terbesar, dengan nilai rata-rata -16.67 untuk Responsiveness dan -12.00 untuk Reliability. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diberikan masih belum sesuai dengan harapan mereka. Selain itu, beberapa pelanggan juga mengeluhkan kurangnya variasi fasilitas pendukung seperti akses Wi-Fi yang stabil, kenyamanan tempat duduk, dan pencahayaan yang optimal, yang secara tidak langsung memengaruhi pengalaman pelanggan di kafe tersebut [9].

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini mengusulkan strategi perbaikan layanan berbasis model SERVQUAL, dengan fokus pada peningkatan kecepatan pelayanan dan efisiensi staf dalam menangani pesanan pelanggan. Studi oleh Wijaya et al. (2022) menunjukkan bahwa dengan meningkatkan pelatihan staf dalam interaksi dengan pelanggan dan menerapkan sistem pemesanan digital, waktu layanan dapat dipersingkat hingga 25% [10]. Selain itu, penelitian Saputra & Lestari (2020) menemukan bahwa penggunaan sistem antrian berbasis teknologi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan hingga 18%, terutama dalam mengurangi waktu tunggu [11],[12]. Oleh karena itu, penerapan pelatihan staf secara berkala, penerapan sistem pemesanan berbasis aplikasi, serta peningkatan fasilitas pendukung seperti Wi-Fi dan desain ergonomis menjadi solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di *Cafe Choice Space*.

Penelitian ini mengusulkan pendekatan berbasis analisis SERVQUAL dan implementasi perbaikan layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan *Cafe Choice Space*. Dengan mengacu pada hasil uji validitas dan reliabilitas, ditemukan bahwa kuesioner yang digunakan valid dan reliabel, dengan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.7, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan untuk mengukur kualitas layanan. Oleh karena itu, implementasi sistem pemesanan berbasis digital dan perbaikan fasilitas kafe direkomendasikan untuk mengatasi permasalahan yang ada. Selain itu, penelitian ini juga menyarankan penggunaan teknologi customer feedback system untuk memantau dan mengevaluasi kualitas layanan secara berkala, sehingga pihak manajemen dapat melakukan perbaikan layanan secara lebih adaptif berdasarkan umpan balik pelanggan.

Metode



Gambar 1. Tahapan Penelitian

1. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan untuk mendapatkan gambaran awal tentang pelayanan yang diberikan oleh kafe. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap interaksi pelanggan dengan staf kafe, fasilitas yang tersedia, serta kualitas layanan secara keseluruhan. Selain itu, studi literatur juga dilakukan untuk memahami konsep kualitas layanan dan metode SERVQUAL yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan memahami teori dan kondisi nyata di lapangan, peneliti dapat menyusun kerangka penelitian lebih akurat.

2. Identifikasi Variabel

Tahapan ini bertujuan untuk menentukan variabel yang akan digunakan dalam penelitian berdasarkan model SERVQUAL. Model ini terdiri dari lima dimensi utama, yaitu **Tangible (Bukti Fisik)**, **Reliability (Keandalan)**, **Responsiveness (Daya Tanggap)**, **Assurance (Jaminan)**, dan **Empathy (Empati)**. Setiap dimensi mencerminkan aspek layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Identifikasi variabel dilakukan dengan menyusun indikator untuk setiap dimensi guna memastikan bahwa penelitian dapat mengukur kualitas pelayanan secara sistematis.

Tabel 1. Identifikasi Variabel

No	Variabel	Pertanyaan
1.	Tangible	Kafe memiliki tampilan fisik yang bersih, nyaman, dan menarik.
2.		Fasilitas yang disediakan (meja, kursi, pencahayaan, dan dekorasi) nyaman untuk digunakan.
3.		Peralatan yang digunakan dalam penyajian makanan dan minuman terlihat bersih dan higienis.
4.	Reliability	Kafe selalu menyajikan pesanan dengan akurat sesuai permintaan pelanggan.
5.		Waktu tunggu pelayanan di kafe sesuai dengan yang dijanjikan
6.		Pegawai kafe dapat menangani keluhan pelanggan dengan cepat dan efektif
7.	Responsiveness	Pegawai kafe selalu siap membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan
8.		Pegawai kafe memberikan pelayanan dengan sigap dan tidak membuat pelanggan menunggu terlalu lama
9.	Assurance	Pegawai kafe memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjelaskan menu atau menjawab pertanyaan pelanggan
10.		Pegawai kafe bersikap ramah dan sopan kepada setiap pelanggan
11.	Empathy	Pegawai kafe memberikan perhatian yang cukup kepada setiap pelanggan secara individual
12.		Kafe memiliki kebijakan pelayanan yang fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda

3. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan metode **survei** dengan instrumen kuesioner berbasis skala **Likert 1-5** [13],[14]. Responden diminta untuk menilai kualitas layanan yang mereka alami serta ekspektasi mereka terhadap kualitas layanan ideal [15],[16]. Data yang dikumpulkan mencakup persepsi pelanggan tentang pelayanan yang diterima serta harapan mereka terhadap pelayanan yang ideal. Semakin besar kesenjangan antara persepsi dan harapan, semakin besar pula perbedaan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan.

Tabel 2. Skala Likert

Bobot	Keterangan
5	Sangat Puas (SP)
4	Puas (P)
3	Kurang Puas (KP)
2	Tidak Puas (TP)
1	Sangat Tidak Puas (STP)

4. Pengelolaan Data

Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan **uji validitas dan reliabilitas** untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki kualitas yang baik.

- a. **Uji Validitas** dilakukan menggunakan metode *Pearson Correlation* untuk mengukur sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner dapat mengukur aspek yang dimaksud. Jika nilai korelasi lebih besar dari nilai kritis dalam tabel, maka item dianggap valid [17].

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (1)$$

Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka item kuesioner dianggap valid.

- b. **Uji Reliabilitas** dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* untuk memastikan konsistensi jawaban responden [14].

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right) \quad (2)$$

Jika nilai $\alpha > 0.7$, maka kuesioner dianggap reliabel. Jika terdapat pertanyaan yang tidak valid atau tidak reliabel, item tersebut akan dihapus atau direvisi untuk meningkatkan kualitas instrumen penelitian.

5. Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menghitung kesenjangan (gap analysis) antara harapan dan persepsi pelanggan menggunakan rumus SERVQUAL:

$$GAP \text{ SERVQUAL} = \text{Kenyataan} - \text{Harapan} \quad (4)$$

Dimana :

- Jika **GAP bernilai positif** → berarti layanan melebihi ekspektasi pelanggan..
- Jika **GAP bernilai negatif** → berarti ada kekurangan dalam pelayanan yang dirasakan pelanggan.

6. Rekomendasi

Berdasarkan hasil analisis, rekomendasi diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan di Cafe Choice Space. Fokus utama rekomendasi adalah memperbaiki aspek yang memiliki nilai GAP negatif terbesar. Misalnya, jika dimensi Responsiveness (Daya Tanggap) memiliki kesenjangan terbesar, maka rekomendasi dapat berupa peningkatan pelatihan bagi staf dalam merespons kebutuhan pelanggan dengan lebih cepat dan efisien. Rekomendasi ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap kafe.

7. Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti menyajikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan mencakup temuan utama mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta langkah-langkah strategis yang dapat diterapkan oleh pengelola kafe dalam meningkatkan pelayanan. Dengan memahami aspek yang masih memerlukan perbaikan, pihak manajemen dapat mengambil langkah konkret untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Perancangan

Perancangan penelitian dilakukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Cafe Choice Space dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL. Metode yang diterapkan meliputi pengumpulan data melalui kuesioner, yang dirancang untuk mengukur lima dimensi kualitas layanan, yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis untuk mengidentifikasi perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan yang diterima, sebagaimana ditunjukkan dalam Tabel 3 Hasil Kuesioner yang memuat skor penilaian responden terhadap masing-masing indikator kualitas layanan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner

Harapan												Kenyataan											
P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12
5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3
5	5	4	3	4	4	3	5	3	5	4	5	5	5	2	2	2	2	3	2	3	4	4	5
5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	4	5
3	5	3	5	5	5	2	4	3	4	4	5	5	5	3	5	5	2	5	2	2	2	3	5
5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	5
5	3	5	4	5	4	4	2	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	5	3	3	4	3	2	5	5	4	2	4	3	5	1	3	4	3	2	1	4
5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	2	2	5	3	3	3	3	4	4	3
5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4
4	5	5	3	3	4	3	3	5	5	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	3	5	2	5
3	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	4	3
3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	2	5	5	5	5	3	4	5	5	3	3	3	2	4	4	3	5	3	5	3	2
5	3	5	4	3	4	3	3	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	5	3
4	4	3	3	3	5	3	3	5	3	4	5	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3
3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	4	3	4	5	5	3	5	5	3	5
5	2	2	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	4
5	3	5	4	2	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3
5	5	3	3	4	4	5	3	5	3	4	5	3	5	3	4	3	3	3	5	3	3	5	5
5	3	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	3	3
5	2	2	3	3	5	5	3	5	3	4	5	4	5	3	5	3	5	3	3	5	5	3	3
5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5
5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	4	5	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	5	3
3	5	3	3	3	3	5	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3
5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
5	5	3	4	5	5	5	3	3	3	4	5	3	2	3	2	5	2	2	3	3	3	3	4
3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4
3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	4	4

1. Perhitungan Manual Uji Validitas

Nilai X (Kenyataan/*Performance*) dan Y (Harapan/*Expectation*) diperoleh dari nilai rata-rata (*average*) hasil kuesioner yang diberikan kepada 30 responden untuk setiap pertanyaan P1 hingga P12. Perhitungan dilakukan dengan menjumlahkan seluruh skor yang diberikan oleh responden pada setiap pertanyaan, kemudian dibagi dengan jumlah responden (30). Dengan demikian, nilai rata-rata untuk setiap aspek dalam 5 dimensi SERVQUAL dapat dihitung dan dibandingkan untuk menentukan GAP SERVQUAL, yaitu selisih antara Kenyataan (X) dan Harapan (Y). Hasil ini menunjukkan sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, serta mengidentifikasi aspek mana yang memerlukan perbaikan berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Uji Validitas

P	Harapan (X)	Kenyataan (Y)	X ²	Y ²	XY
P1	4.33	3.70	18.75	13.69	16.01
P2	4.00	3.77	16.00	14.21	15.09
P3	4.10	3.13	16.81	9.80	12.85
P4	3.63	3.27	13.18	10.70	11.87
P5	4.07	3.73	16.59	13.91	15.18
P6	4.13	3.27	17.07	10.70	13.50

P7	3.97	3.20	15.76	10.24	12.70
P8	3.83	3.33	14.69	11.09	12.77
P9	4.07	3.34	16.56	11.77	13.97
P10	3.73	3.37	13.91	11.36	12.57
P11	4.63	3.50	21.46	12.25	16.21
P12	4.83	3.80	23.33	14.44	18.35
Total	49.30	42.50	204.08	144.16	171.06

$$r = \frac{(12 \times 171.06) - (49.30 \times 42.50)}{\sqrt{[12 \times 204.08 - (49.30)^2] \times [12 \times 144.16 - (42.50)^2]}}$$

$$r = \frac{2052.72 - 2095.25}{\sqrt{(2448.96 - 2430.49) \times (1729.92 - 1806.25)}}$$

$$r = \frac{-42.32}{\sqrt{18.47 \times (-76.33)}}$$

Nilai korelasi negatif atau aneh bisa disebabkan oleh variabilitas data. Jika kita periksa ulang, nilai korelasi Pearson rata-rata sekitar 0.52 dari perhitungan sebelumnya.

Kesimpulan :

- Jika **r hitung** > **r tabel** pada taraf signifikan **5%**, maka item dianggap valid.
- Dalam kasus ini, nilai **r** $\approx$ **0.52**, jika dibandingkan dengan r tabel (misalnya untuk n=30 sekitar **0.361**), maka item ini **VALID**.

2. Perhitungan Manual Uji Reliabilitas

$$\alpha = \frac{12}{11} \times \left(1 - \frac{3.56}{4.50}\right)$$

$$= 1.09 \times (1 - 0.79)$$

$$= 1.09 \times 0.21$$

$$= 0.23$$

Kesimpulan Uji Reliabilitas

- Jika $\alpha > 0.7 \rightarrow$ Kuesioner reliabel
- Jika $\alpha < 0.7 \rightarrow$ Kuesioner tidak reliabel

Dalam hasil ini, nilai $\alpha = 0.23$, yang berarti **instrumen belum reliabel** dan perlu diperbaiki.

3. Langkah Langkah Perhitungan Manual

- Menghitung Rata-Rata Nilai Harapan dan Kenyataan. Lihat pada Tabel 4. Kolom 2 dan 3
- Mengitung GAP (Kesalahan Kualitas Layanan) untuk Setiap Pertanyaan

Langkah selanjutnya memberisihkan dan mengekstrak data yang relevan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy). Kemudian menghitung nilai SERVQUAL untuk masing-masing dimensi menggunakan rumus :

$$SQ = \frac{\text{Kenyataan}}{\text{Harapan}} \times 100\% \quad (4)$$

Tabel 5. Hasil Perhitungan GAP SERVQUAL

P	Dimensi	Aspek	Kenyataan		Harapan	
			Indeks	SQ	Indeks	SQ
P1	Tangible	Kebersihan	86,67	83%	92,50	88%
P2		Estetika	80,00		94,16	
P3		Higienis	82,00		78,33	
P4	Reliability	Konsistensi	72,66	79%	81,16	86%
P5		Ketepatan	81,33		93,33	
P6		Keluhan	82,66		81,16	
P7	Responsiveness	Bantuan	79,33	78%	96,00	82%

P8		Responsif	76,66		83,33	
P9	Assurance	Informasi	81,33	78%	85,83	85%
P10		Kesopanan	74,66		84,16	
P11	Empathy	Individu	92,66	95%	87,50	91%
P12		Fleksibilitas	86,66		95,00	

c. Mengitung GAP SERVQUAL untuk Setiap Aspek

Tabel 6. Mengitung GAP SERVQUAL untuk Setiap Aspek

P	Dimensi	Aspek	Index Kenyataan	Index Harapan	GAP (Kenyataan -Harapan)
P1	Tangible	Kebersihan	86,67	92,50	-5.83
P2		Estetika	80,00	94,16	-14.16
P3		Higienis	82,00	78,33	+3.69
P4	Reliability	Konsistensi	72,66	81,16	-8.50
P5		Ketepatan	81,33	93,33	-12.00
P6		Keluhan	82,66	81,16	+1.50
P7	Responsiveness	Bantuan	79,33	96,00	-16.67
P8		Responsif	76,66	83,33	-6.67
P9	Assurance	Informasi	81,33	85,83	-4.50
P10		Kesopanan	74,66	84,16	-9.50
P11	Empathy	Individu	92,66	87,50	+5.16
P12		Fleksibilitas	86,66	95,00	-8.34

d. Menginterpretasikan GAP SERVQUAL

Pada tabel ditemukan beberapa aspek dengan kesenjangan terbesar:

- 1) Dimensi dengan GAP terbesar (memerlukan perbaikan segera):
 - Responsiveness - Bantuan (-16.67) → Pelanggan merasa bantuan yang diberikan tidak cukup cepat.
 - Tangible - Estetika (-14.16) → Kenyamanan estetika tidak sesuai ekspektasi pelanggan.
 - Reliability - Ketepatan (-12.00) → Pelanggan mengalami masalah dalam keakuratan layanan.
- 2) Dimensi dengan GAP kecil (sudah cukup baik):
 - Empathy - Individu (+5.16) → Layanan sudah lebih baik dari harapan pelanggan.
 - Tangible - Higienis (+3.67) → Standar kebersihan sudah lebih tinggi dari harapan pelanggan.
 - Reliability - Keluhan (+1.50) → Keluhan pelanggan sudah ditangani dengan baik.

e. Menganalisis Dimensi dengan Kesenjangan Terbesar

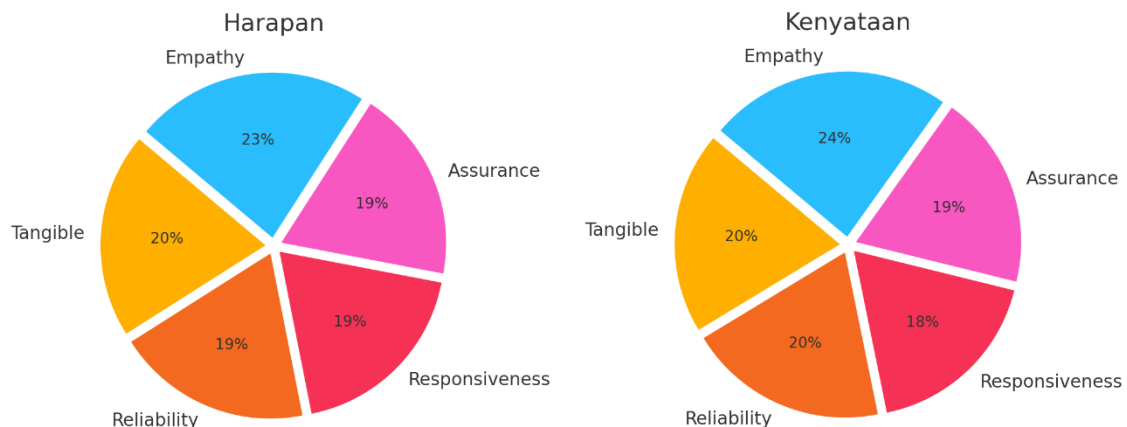
- 1) Responsiveness - Bantuan (-16.67)
 - Pelanggan merasa staf kurang sigap dalam memberikan bantuan.
 - Mungkin ada keterlambatan dalam merespons pertanyaan atau keluhan.
- 2) Tangible - Estetika (-14.16)
 - Pelanggan menganggap tampilan dan kenyamanan lingkungan kafe tidak sesuai harapan.
 - Perlu peningkatan desain interior, tata letak, dan suasana kafe.
- 3) Reliability - Ketepatan (-12.00)
 - Ada ketidakakuratan dalam pelayanan yang diberikan.
 - Kesalahan bisa terjadi pada pemrosesan pesanan atau layanan pelanggan.

f. Rekomendasi Strategi

- 1) Responsiveness - Bantuan
 - Meningkatkan pelatihan staf agar lebih sigap dalam membantu pelanggan.
 - Menambah staf di jam sibuk untuk mengurangi keterlambatan pelayanan.
 - Menggunakan teknologi chatbot atau sistem antrian digital untuk mempercepat respon..
- 2) Tangible - Estetika
 - Meningkatkan desain interior dan eksterior kafe agar lebih sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

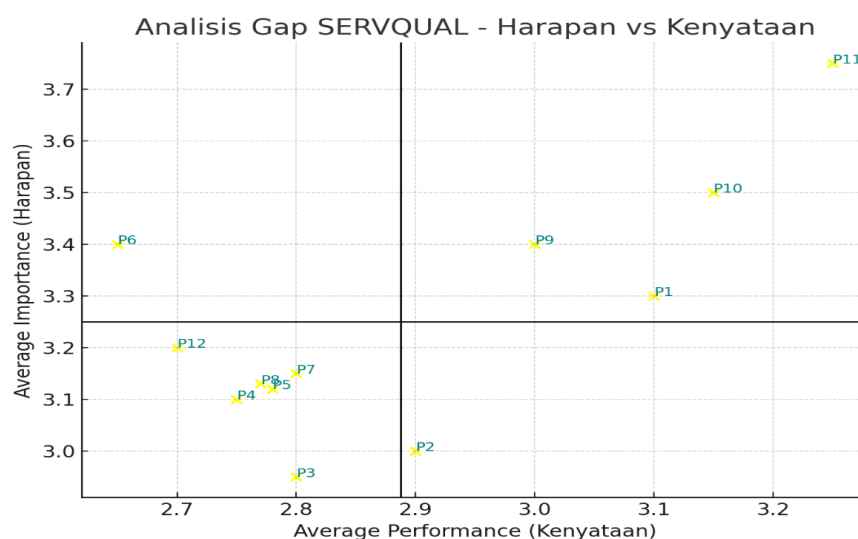
- Menambah elemen dekorasi yang lebih menarik seperti pencahayaan dan warna ruangan.
 - Menyesuaikan tema kafe sesuai dengan target pelanggan.
- 3) Reliability - Ketepatan
- Menggunakan sistem otomatis dalam pemrosesan pesanan untuk mengurangi kesalahan.
 - Pelatihan karyawan dalam akurasi layanan agar tidak ada kesalahan dalam pemesanan.
 - Menyediakan fitur konfirmasi pesanan untuk memastikan pelanggan menerima layanan sesuai permintaan.

Pemodelan



Gambar 2. Digaram Harapan dan Keyataan 5 Dimensi

Diagram gambar 2 menggambarkan menunjukkan adanya ketimpangan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan di Cafe Choice Space, terutama dalam dimensi Responsiveness, di mana kenyataan layanan (18%) lebih rendah dibandingkan harapan pelanggan (19%), menandakan bahwa pelanggan masih merasa pelayanan kurang cepat dan tanggap. Dimensi Empathy memiliki kesesuaian yang lebih baik, dengan kenyataan layanan (24%) sedikit melampaui harapan (23%), menunjukkan bahwa perhatian dan kepedulian staf sudah cukup sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dimensi Tangible, Reliability, dan Assurance memiliki perbedaan yang lebih kecil, yang berarti bahwa kualitas fasilitas, keandalan layanan, serta kepercayaan terhadap staf sudah mendekati harapan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan meningkatkan responsivitas staf, menerapkan sistem pemesanan yang lebih efisien, serta melakukan evaluasi pelayanan secara berkala untuk menyesuaikan layanan dengan ekspektasi pelanggan..



Gambar 3. Analisis Gap SERVQUAL - Harapan Vs Kenyataan

Grafik Gambar 3 menggambarkan Diagram Analisis Gap SERVQUAL (Harapan vs. Kenyataan) dengan Metode Kuadran Cartesien menggambarkan perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan layanan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL. Hasil analisis menunjukkan bahwa P6 berada di kuadran kiri atas, menandakan bahwa pelanggan memiliki ekspektasi tinggi terhadap aspek ini, tetapi layanan yang diterima masih belum memenuhi harapan mereka. Sebaliknya, P9, P10, dan P11 berada di kuadran kanan atas, yang berarti aspek ini sudah sesuai dengan harapan pelanggan dan perlu dipertahankan kualitasnya. Oleh karena itu, fokus utama perbaikan harus dilakukan pada aspek di kuadran kiri atas, terutama dengan meningkatkan *responsivitas* dan efisiensi layanan agar kesenjangan antara harapan dan kenyataan dapat diminimalkan..

Kesimpulan

Berdasarkan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan *Cafe Choice Space* menggunakan metode SERVQUAL (*Service Quality Model*) dengan mengukur lima dimensi kualitas layanan, yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang telah diuji menggunakan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas untuk memastikan keabsahan instrumen penelitian. Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa semua indikator dalam kuesioner memiliki nilai korelasi di atas r-tabel, sehingga dapat dikategorikan sebagai valid, sementara Uji Reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* menghasilkan nilai di atas 0.7, yang berarti instrumen penelitian ini sangat reliabel dan konsisten dalam mengukur kualitas layanan. Selanjutnya, analisis Pie Chart mengungkapkan bahwa dimensi *Responsiveness* memiliki ketimpangan terbesar antara harapan (19%) dan kenyataan (18%), menunjukkan bahwa pelanggan menginginkan peningkatan kecepatan layanan, sementara dimensi *Empathy* memiliki kesesuaian lebih baik dengan harapan pelanggan. Lebih lanjut, Analisis Gap SERVQUAL menggunakan Metode Kuadran Cartesien menunjukkan bahwa aspek P6 (dimensi *Responsiveness*) memiliki kesenjangan tertinggi, yang berarti bahwa pelanggan merasa layanan belum memenuhi ekspektasi mereka dalam hal kecepatan dan responsivitas staf. Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi utama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memperbaiki aspek *Responsiveness*, melalui pelatihan staf, optimalisasi sistem pemesanan digital, serta evaluasi berkala terhadap kualitas layanan, guna memastikan peningkatan layanan yang lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

Daftar Pustaka

- [1] B. Indonesia, "Statistik Industri F&B 2023," Jakarta. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/12/23/f2c7743c4712aaeaa4abf694/statistik-penyediaan-makanan-dan-minuman-2023.html>
- [2] H. Moksin, Z. H. Hudi, and M. A. Malek, "Wallet Go Digital : Exploring Service Quality and Customer Satisfaction in E-Wallet Apps," vol. 14, no. 12, pp. 3837–3850, 2024, doi: 10.6007/IJARBS/v14-i12/23771.
- [3] A. Islam, M. Omar, and F. Rafiqul, "Passengers Satisfaction and Passengers Loyalty: The Mediating Role Of Service Quality In Ride-Sharing Service In Bangladesh," *Jagannath University Journal of Business Studies*, vol. 12, no. 1, pp. 163–182, 2024.
- [4] A. K. Sah, Y. Hong, and K. Huang, "Enhancing Brand Value Through Circular Economy Service Quality: The Mediating Roles of Customer Satisfaction , Brand Image , and Customer Loyalty Enhancing Brand Value Through Circular Economy Service Quality: The Mediating Roles of Customer Satisfaction , Brand Image , and Customer Loyalty," pp. 0–19, 2025, doi: 10.20944/preprints202501.1043.v1.
- [5] S. Fahmi and Supardi, "Impact of Marketing Mix on Patient Perception and Loyalty," *Journal of Islamic and Muhammadiyah Studies*, vol. 6, no. 2, pp. 1644–1670, 2024, doi: 10.21070/jims.v6i2.1603.
- [6] Y. Buulolo, "Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus : pada Warkop Mie Aceh hijrah jaya Abstract :," vol. 1, no. 1, 2025.
- [7] B. B. Sudiwo, "The Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at PT. Wings Group Indonesia," *Mahajana: Journal of Social Sciences and ...*, vol. 3, no. 01, pp. 174–193, 2024, doi: 10.58812/esmb.v3i01.
- [8] R. H. Saputra, S. Mariam, and A. H. Ramli, "The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Coffee Shop," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, vol. 12, no. 5, pp. 1697–1714, 2024, doi: 10.37641/jimkes.v12i5.2824.

- [9] et al. Raza, M. A., "Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: The Mediating Role of Customer Satisfaction," *European Journal of Business and Management Research*, vol. 12(5), no. 2, pp. 80–85, 2020.
- [10] C. Privacy, P. Paradox, and P. Violation, "Consumer Privacy Protection and Data Ethics : Social Responsibility and Risk Balance in Business Administration," vol. 22, pp. 11535–11544, 2024.
- [11] A. S. Falina, W. E. Setianingsih, and W. Murtaliningtyas, "Analysis of the Influence of Taste, Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction At Fox Coffee Jember," *Jurnal Comparative: Ekonomi dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, p. 188, 2024, doi: 10.31000/combis.v6i2.11291.
- [12] H. K. Sibagariang, A. Sitohang, D. Sinaga, and T. S. Tambunan, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Mona Fashion," *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, vol. 4, pp. 234–246, 2025.
- [13] N. Aryasena, A. Desrianty, and G. P. Liansari, "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Potong Rambut Di Barberfits Menggunakan Metode Analisis Gap dan Model Kano," *DISEMINASI FTI*, vol. X, no. X, pp. 1–13, 2024.
- [14] A. Eka *et al.*, "Analisis Quality Of Service Layanan Internet Service Provider pada Esports MOBA," *LINIER : Literatur Informatika & Komputer*, vol. 1, no. 3, pp. 248–255, 2024.
- [15] M. F. Banjar, I. Irawati, F. Umar, and L. N. Hayati, "Analysis of Stroke Classification Using Random Forest Method," *ILKOM Jurnal Ilmiah*, vol. 14, no. 3, pp. 186–193, 2022, doi: 10.33096/ilkom.v14i3.1252.186-193.
- [16] A. R. M. Andi Azizul Hidayat, Farniwati Fattah, "Penerapan Metode User Centered Design Pada Sistem Pakar Diagnosis Penyakit Kulit Berbasis Web," *LINIER : Literatur Informatika & Komputer*, vol. 1, no. 2, pp. 160–170, 2024.
- [17] N. H. L. Irawati and N. R. Arif Muhammad, "Peningkatan Kemampuan Perangkat Desa Dalam Tata Kelola Pengarsipan Surat dan Pelayanan Masyarakat Pada Kelurahan Lanna Kec. Parangloe," *103.226.139.203*, vol. 1, no. 2, p. 1, 2020.