

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1 Hasil Penelitian**

#### **4.1.1 Sejarah Singkat Tentang Dapur Bunda Iseh Tapos, Kota Depok**

Dapur Bunda Iseh adalah sebuah usaha kuliner rumahan yang berdiri di wilayah Tapos, Kota Depok, Jawa Barat. Usaha ini dirintis oleh ibu Siti Aisyah, seorang ibu rumah tangga yang memiliki ketertarikan dan bakat dalam bidang memasak. Berbekal pengalaman pribadi dalam mengolah makanan rumahan serta dorongan untuk menambah penghasilan keluarga. Ibu Siti Aisyah memutuskan untuk membuka usaha kuliner kecil-kecilan dari rumah.

Nama “ Dapur Bunda Iseh” sendiri diambil dari panggilan akrab pemilik di lingkungan keluarga dan sekitarnya, yakni “ Bunda Iseh” yang mencerminkan suasana kekeluargaan dan kesederhanaan dari usaha ini. Sejak awal berdirinya, usaha ini berkomitmen untuk menyajikan makanan dan minuman yang tidak hanya enak, tetapi juga higienis, terjangkau dan mengingatkan pelanggan pada cita rasa makanan rumahan.

Dapur Bunda Iseh mulai beroperasi secara konsisten dengan sistem buka harian sejak tahun 2021 hingga sekarang. Dalam operasional hariannya, Dapur Bunda Iseh buka mulai dari hari selasa hingga minggu dari pukul 10.30 – 17.00 WIB sedangkan hari senin digunakan sebagai hari libur. Libur pada hari senin dimanfaatkan untuk beristirahat, merencanakan menu dan melakukan persiapan bahan baku untuk hari-hari selanjutnya.

Dalam mengelola usahanya, Ibu Siti Aisyah tidak bekerja sendiri, beliau dibantu oleh lima orang karyawan yang bertugas dibagian dapur, pelayanan, hingga pengemasan. Pembagian tugas yang rapi dan kerja sama yang baik antar tim menjadi salah satu faktor penunjang kelancaran operasional harian usaha ini. Walaupun masih berskala kecil, Dapur Bunda Iseh telah menerapkan manajemen usaha sederhana yang efektif agar pelayanan kepada pelanggan tetap maksimal.

Menu yang disajikan oleh Dapur Bunda Iseh sangat beragam, dengan fokus pada makanan dan minuman yang digemari masyarakat dari berbagai usia.

Beberapa menu andalan yang tersedia diantaranya adalah bakso aci, pangsit kuah, mie ayam, serta minuman segar seperti es teler. Dari sekian banyaknya pilihan, menu es teler menjadi sajian paling favorit dan direkomendasikan oleh para pelanggan. Es teler buatan Dapur Bunda Iseh dikenal memiliki rasa yang segar, panduan bahan yang pas, serta harga yang bersahabat. Tidak heran jika banyak pelanggan yang datang kembali khusus untuk menikmati menu ini.

Seiring berjalannya waktu, Dapur Bunda Iseh terus berkembang dalam hal jumlah pelanggan maupun variasi menu yang ditawarkan. Selain melayani pembelian langsung di tempat, usaha ini juga menerima pesanan melalui layanan pesan antar (*delivery*) untuk wilayah sekitar Tapos, media sosial dan aplikasi pesan makanan juga mulai dimanfaatkan untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Dengan komitmen pada kualitas rasa, pelanggan yang ramah dan harga yang terjangkau, Dapur Bunda Iseh berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas dari pelanggan. Usaha ini menjadi contoh nyata bahwa dengan ketekunan, kerja keras dan manajemen yang baik, usaha kecil rumahan pun dapat berkembang dan bersaing di tengah banyaknya pilihan kuliner di Kota Depok.

Dalam satu minggu, Dapur Bunda Iseh melayani rata-rata sekitar 180 konsumen. Angka ini diperoleh dari estimasi rata-rata harian sebanyak 30 responden per hari yang secara konsisten melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki tingkat kunjungan dan permintaan yang cukup stabil dari minggu ke minggu.

#### **4.1.2 Karakteristik Responden**

Konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang merupakan konsumen pada Dapur Bunda Iseh. Karakteristik responden yang dijelaskan meliputi usia, jenis kelamin dan frekuensi pembelian.

##### **1. Usia**

Tingkat usia konsumen pada Dapur Bunda Iseh yang menjadi responden dalam penelitian ini, dapat dikelompokkan seperti dalam Tabel 4.1

**Tabel 4.1 Distribusi Responden pada Dapur Bunda Iseh Menurut Usia**

No	Usia (Tahun)	Deskripsi	
		Frekuensi	Presentase (%)
1	20 - 35	11	33%
2	36 - 50	15	54%
3	>50	4	13%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.1 di atas, terlihat bahwa pada Dapur Bunda Iseh jumlah responden paling banyak berusia antara 36 – 50 Tahun (54%) dan paling sedikit adalah responden yang berusia lebih dari 50 Tahun (13%).

## 2. Jenis Kelamin

Distribusi jenis kelamin konsumen pada Dapur Bunda Iseh yang menjadi responden dalam penelitian ini, dapat dikelompokkan seperti dalam Tabel 4.2

**Tabel 4.2 Distribusi Responden pada Dapur Bunda Iseh Menurut Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Deskripsi	
		Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-Laki	8	27%
2	Perempuan	22	73%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Dari tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa pada Dapur Bunda Iseh jumlah responden paling banyak adalah berjenis perempuan (73%), sedangkan jumlah responden Laki-laki terdapat sebanyak 8 orang (27%).

## 3. Frekuensi Pembelian

Frekuensi kunjungan responden ke Dapur Bunda Iseh dapat dikelompokkan pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3 Distribusi Responden pada Dapur Bunda Iseh Menurut Frekuensi Pembelian**

No	Frekuensi Pembelian	Deskripsi	
		Frekuensi	Presentase (%)
1	Pertama Kali	0	0%
2	2 - 5 Kali	11	37%
	>5 kali	19	63%
	Jumlah	30	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (data Diolah)

Dari tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa pada Dapur Bunda Iseh jumlah responden paling banyak frekuensi pembeliannya adalah lebih dari 5 kali (63%), sedangkan frekuensi pembelian 2 -5 kali sebanyak 11 orang (37%).

#### 4.1.3 Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 30 responden, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara nilai ekspektasi dan realita pelayanan pada Dapur Bunda Iseh. Perbedaan ini dianalisis melalui lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan metode *servqual*.

##### 1. *Tangible* ( Bukti Fisik)

Sebagian besar responden memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kebersihan tempat, kerapihan penampilan karyawan dan ke higienisan peralatan dapur, dengan mayoritas memilih skala 4. Dalam kenyataannya, realitas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai cukup baik, meskipun nilainya sedikit lebih rendah dari ekspektasi. Hal ini terlihat dari nilai realita yang lebih dominan pada skala 4 (puas) dan 2 (tidak puas). Maka dapat disimpulkan bahwa bukti fisik sudah dianggap memadai, namun masih ada ruang untuk ditingkatkan agar sesuai harapan konsumen.

##### 2. *Reliability* (Keandalan)

Tanggapan responden sangat positif terhadap keandalan pelayanan. Hampir seluruh responden memberikan nilai 4 pada ekspektasi dan realita, Terutama pada “ pesanan selesai tepat waktu” dan “ makanan sesuai pesanan”. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan Dapur Bunda Iseh konsisten dan dapat diandalkan, serta berhasil memenuhi ekspektasi

konsumen.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi ini juga mendapatkan penilaian yang baik dari responden. Baik ekspektasi maupun realita menunjukkan kecenderungan nilai tinggi 4. Responden merasa bahwa karyawan cepat tanggap, proses pemesanan mudah, serta sigap membantu saat ada keluhan. Namun, beberapa responden masih menempatkan nilai pada skala 2, yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam menghadapi lonjakan konsumen pada waktu-waktu tertentu.

4. *Assurance* (Jaminan)

Dalam dimensi ini, ekspektasi responden sangat tinggi, terlihat dari dominasi skor 4 untuk profesional karyawan dan keamanan dalam mengonsumsi produk. Namun, realita menunjukkan sedikit penurunan, terutama pada “karyawan kompeten (paham menu)”, yang memiliki sebaran nilai hingga ke skala 2, ini mengindikasikan bahwa pelatihan atau pembekalan produk bagi karyawan masih perlu ditingkatkan.

5. *Empathy* (Empati)

Empati dinilai cukup baik oleh konsumen, dengan sebagian besar nilai realita berada pada skala 4. Responden mengoperasikan keramahan karyawan dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan. Namun, ekspektasi yang tinggi (banyak responden memberikan skala 4) belum seluruhnya terpenuhi. Oleh karena itu, aspek empati bisa menjadi fokus perbaikan untuk meningkatkan kepuasan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil penelitian Keterangan tingkatan skor pada masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tingkat kepuasan :

(5) = SP ( Sangat Puas)

(4) = P ( Puas)

(3) = N ( Netral)

(2) = TP ( Tidak Puas)

(1) = STP ( Sangat Tidak Puas)

Tingkat Kesetujuan :

(5) = SS (Sangat Setuju)

(4) = S (Setuju)

(3) = RG (Ragu-ragu)

(2) = TS (Tidak Setuju)

(1) = STS (Sangat Tidak Setuju)

**Tabel 4.4 Nilai Ekspektasi**

No	Kriteria	Nilai Ekspektasi				
		1	2	3	4	5
	<i>Tangible</i> ( Bukti fisik)					
1	tempat usaha bersih dan rapi	0	7	0	23	0
2	peralatan masak dan kemasan keliatan higienis	0	4	0	26	0
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	0	3	0	27	0
	<i>Reliability</i> (Keandalan)					
4	makanan selalu sesuai pesanan	0	1	0	29	0
5	kualitas rasa makanan konsisten	0	2	0	28	0
6	pesanan selesai tepat waktu	1	2	0	27	0
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)					
7	karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	0	2	0	28	0
8	proses pesanan mudah dan cepat	0	2	0	28	0
9	karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	0	2	0	28	0
	<i>Assurance</i> (Jaminan)					
10	karyawan terlihat profesional dan terlatih	0	2	0	28	0

11	saya merasa aman mengonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	0	2	0	28	0
12	karyawan kompeten (paham Menu)	0	2	0	28	0
	<i>Empathy</i> (Empati)					
13	karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	0	1	0	29	0
14	karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0	5	0	25	0
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	0	1	0	29	0

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

**Tabel 4.5 Nilai Realita**

No	Kriteria	Nilai Realita				
		1	2	3	4	5
	<i>Tangible</i> ( Bukti Fisik)					
1	tempat usaha bersih dan rapi	0	10	0	20	0
2	peralatan masak dan kemasan keliatan higienis	0	5	0	25	0
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	0	5	5	20	0
	<i>Reliability</i> (Keandalan)					
4	makanan selalu sesuai pesanan	0	2	0	28	0
5	kualitas rasa makanan konsisten	0	10	0	20	0
6	pesanan selesai tepat waktu	0	3	0	27	0
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)					
7	karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	0	5	0	25	0
8	proses pesanan mudah dan cepat	0	4	0	26	0
9	karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	0	3	0	27	0

		<i>Assurance</i> (Jaminan)					
10		karyawan terlihat profesional dan terlatih	0	0	0	25	5
11		saya merasa aman mengkonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	0	0	0	20	10
12		karyawan kompeten (paham Menu)	0	5	5	20	0
		<i>Empathy</i> (Empati)					
13		karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	0	0	0	20	10
14		karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0	5	0	25	5
15		Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	0	1	0	24	5

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Nilai – nilai diatas adalah nilai ekspektasi dan realita *service quality*. Nomor 1 s/d 15 merupakan pertanyaan kriteria yang diberikan oleh Dapur Bunda Iseh kepada konsumen berdasarkan pertanyaan dan keluhan konsumen selama masuk ke layanan konsumen.

1. Pada tabel 4.4 Atribut *Tangible* / Bukti fisik berdasarkan nilai Ekspektasi dari 30 responden nomor 1 s/d 3 Setuju ( 76,67%) dan Tidak Setuju (23,33%).
2. Pada tabel 4.4 Atribut *Reability* / Keandalan berdasarkan nilai Ekspektasi dari 30 responden nomor 4 s/d 6 Setuju (90%), Tidak Setuju (6,7%), Sangat Tidak Setuju (3,3%).
3. Pada tabel 4.4 Atribut *Responsiveness* / Daya Tanggap berdasarkan nilai Ekspektasi dari 30 responden nomor 7 s/d 9 Setuju (93,3%), Tidak Setuju (6,7%).
4. Pada tabel 4.4 Atribut *Assurance* / Jaminan berdasarkan nilai Ekspektasi dari 30 responden nomor 10 s/d 12 Setuju (93,3%), Tidak Setuju (6,7%).
5. Pada tabel 4.4 Atribut *Empathy* / Empati berdasarkan nilai Ekspektasi dari 30 responden nomor 13 s/d 15 Setuju (96,67%), Tidak Setuju (3,33%).

6. Pada tabel 4.5 Atribut *Tangible* / berwujud berdasarkan nilai Realita dari 30 responden nomor 1 s/d 3 Puas (66,67%), Tidak Puas (33,33%).
7. Pada tabel 4.5 Atribut *Reliability* / Keandalan berdasarkan nilai Realita dari 30 responden nomor 4 s/d 6 Puas (93,33%), Tidak Puas (6,67%).
8. Pada tabel 4.5 Atribut *Responsiveness* (Daya Tanggap) nilai Realita dari 30 responden nomor 7 s/d 9 Puas (86,67%), Tidak Puas (13,33%).
9. Pada tabel 4.5 Atribut *Assurance* / Jaminan berdasarkan nilai realita dari 30 responden nomor 10 s/d 12 Tidak Puas (16,67%), Netral (16,67%), Puas (66,66%).
10. Pada tabel 4.5 atribut *Empathy* / Empati berdasarkan nilai realita dari 30 responden nomor 13 s/d 15 Tidak Puas (3,33%), Puas (80%), Sangat Puas (16,67%).

#### 4.1.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Harapan dan Persepsi

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat dan sesuai dengan kenyataan di lapangan.

**Tabel 4.6 Uji Validitas Harapan**

No	Pernyataan	$\alpha$	R Hitung	R Tabel	Ket
	<i>Tangible</i> (Bukti fisik)				
1	Tempat usaha bersih dan rapi	0,05	0,742	0,3061	Valid
2	Peralatan masak dan kemasan terlihat higienis	0,05	0,688	0,3061	Valid
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	0,05	0,755	0,3061	Valid
	<i>Reliability</i> (Keandalan)				
4	Makanan selalu sesuai pesanan	0,05	0,748	0,3061	Valid
5	Kualitas rasa makanan konsisten	0,05	0,430	0,3061	Valid

6	Pesanan selesai tepat waktu	0,05	0,534	0,3061	Valid
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)				
7	Karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	0,05	0,746	0,3061	Valid
8	Proses pemesanan mudah dan cepat	0,05	0,777	0,3061	Valid
9	Karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	0,05	0,746	0,3061	Valid
	<i>Assurance</i> (jaminan)				
10	Karyawan terlihat profesional dan terlatih	0,05	0,865	0,3061	Valid
11	Saya merasa aman mengonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	0,05	0,821	0,3061	Valid
12	Karyawan Kompeten (paham menu)	0,05	0,821	0,3061	Valid
	<i>Empathy</i> (Empati)				
13	Karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	0,05	0,901	0,3061	Valid
14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0,05	0,901	0,3061	Valid
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	0,05	0,901	0,3061	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS,2025

Dapat dilihat pada tabel 4.6 Uji Validitas Ekspektasi pada kolom R hitung, semua indikatornya melebihi angka 0,3061, jadi pada uji validitas ini semua indikator menunjukkan R hitung lebih besar dari pada R tabel , yang artinya indikator tersebut dianggap valid.

**Tabel 4.7 Validitas Persepsi**

No	Pernyataan	$\alpha$	R Hitung	R Tabel	Ket
	<i>Tangible</i> (Bukti fisik)				

1	Tempat usaha bersih dan rapi	0,05	0,625	0,3061	Valid
2	Peralatan masak dan kemasan terlihat higienis	0,05	0,727	0,3061	Valid
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	0,05	0,656	0,3061	Valid
	<i>Reliability</i> (Keandalan)				
4	Makanan selalu sesuai pesanan	0,05	0,842	0,3061	Valid
5	Kualitas rasa makanan konsisten	0,05	0,793	0,3061	Valid
6	Pesanan selesai tepat waktu	0,05	0,764	0,3061	Valid
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)				
7	Karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	0,05	0,695	0,3061	Valid
8	Proses pemesanan mudah dan cepat	0,05	0,695	0,3061	Valid
9	Karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	0,05	0,598	0,3061	Valid
	<i>Assurance</i> (jaminan)				
10	Karyawan terlihat profesional dan terlatih	0,05	0,793	0,3061	Valid
11	Saya merasa aman mengonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	0,05	0,842	0,3061	Valid
12	Karyawan Kompeten (paham menu)	0,05	0,793	0,3061	Valid
	<i>Empathy</i> (Empati)				
13	Karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	0,05	0,842	0,3061	Valid
14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0,05	0,596	0,3061	Valid
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	0,05	0,842	0,3061	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2025

Dapat dilihat pada tabel 4.7 Uji Validitas Realita pada kolom R hitung,

semua indikator melebihi angka 0,3061, jadi pada uji validitas ini semua indikator menunjukkan R hitung lebih besar dari R tabel yang artinya indikator tersebut valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan data yang konsisten dan stabil jika diukur berulang kali dalam kondisi yang sama. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memberikan hasil yang tetap meskipun dilakukan pengukuran ulang. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach (Cronbach's Alpha). Nilai reliabilitas dinyatakan baik atau reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Semakin tinggi nilai alpha mendekati 1, maka reliabilitas instrumen semakin baik.

**Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Harapan dan Persepsi**

No	Kuesioner	Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Ket
1	Harapan	0,948	0,60	Reliabel
2	Persepsi	0,941	0,60	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 4.8 mengenai hasil uji reliabilitas pada instrumen penelitian ini, dapat dilihat bahwa harapan dan persepsi dalam penelitian ini menunjukkan nilai Cronbach's Alpha melebihi angka 0,60 yang artinya bahwa semua indikator dianggap reliabel dan dapat diandalkan.

### 4.1.5 Perhitungan Rata-rata Nilai Ekspektasi dan Realita

**Tabel 4.9 Hasil Nilai Ekspektasi dan Realita**

No	Kriteria	Ekspektasi Pelayanan		Realita Pelayanan	
		Nilai Pembobotan	Nilai Rata-Rata	Nilai Pembobotan	Nilai Rata-Rata
	<i>Tangible</i> ( Bukti fisik)				
1	tempat usaha bersih dan rapi	106	3,53	100	3,33

2	peralatan masak dan kemasan keliatan higienis	112	3,73	110	3,67
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	114	3,8	105	3,5
	<i>Reliability</i> (Keandalan)				
4	makanan selalu sesuai pesanan	117	3,9	116	3,87
5	kualitas rasa makanan konsisten	116	3,87	100	3,33
6	pesanan selesai tepat waktu	112	3,73	114	3,8
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)				
7	karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	116	3,87	110	3,67
8	proses pesanan mudah dan cepat	116	3,87	112	3,73
9	karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	116	3,87	114	3,8
	<i>Assurance</i> (Jaminan)				
10	karyawan terlihat profesional dan terlatih	116	3,87	125	4,16
11	saya merasa aman mengkonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	116	3,87	130	4,33
12	karyawan kompeten (paham Menu)	116	3,87	105	3,5
	<i>Empathy</i> (Empati)				
13	karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	117	3,9	130	4,33
14	karyawan memahami kebutuhan pelanggan	110	3,67	135	4,5
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam	117	3,9	123	4,1

operasional yang sesuai kebutuhan konsumen				
---	--	--	--	--

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Pada tabel 4.6 diatas nilai ekspektasi dan realita dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Xi = (\sum STS \times 1) + (\sum TS \times 2) + (\sum RG \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5)$$

Dimana perhitungan diatas dari tabel 4.4 contoh :

$$(0 \times 1) + (7 \times 2) + (0 \times 3) + (23 \times 4) + (0 \times 5) = 106$$

Dan tabel 4.5 contoh :

$$(0 \times 1) + (10 \times 2) + (0 \times 3) + (20 \times 4) + (0 \times 5) = 100$$

Dengan :

$\sum yi$  = Jumlah bobot jawaban persepsi variabel ke – i

$\sum STSn$  = jumlah orang yang memilih jawaban Sangat Tidak Setuju

$\sum TSn$  = jumlah orang yang memilih jawaban Tidak Setuju

$\sum RGn$  = jumlah orang yang memilih jawaban Ragu-Ragu

$\sum Sn$  = jumlah orang yang memilih jawaban Setuju

$\sum SSn$  = jumlah orang yang memilih jawaban Sangat Setuju

**Tabel 4.10 Hasil Nilai Gap**  
(Tingkat kesenjangan antara ekspektasi dan realita)

No	Kriteria	Ekspektasi Pelayanan	Realita Pelayanan	Nilai GAP
		Nilai Rata- Rata	Nilai Rata- Rata	
	<i>Tangible</i> ( Bukti fisik)			
1	tempat usaha bersih dan rapi	3,53	3,33	-0,2
2	peralatan masak dan kemasan keliatan higienis	3,73	3,67	-0,06
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	3,8	3,5	-0,3
	<i>Reliability</i> (Keandalan)			

4	makanan selalu sesuai pesanan	3,9	3,87	-0,03
5	kualitas rasa makanan konsisten	3,87	3,33	-0,54
6	pesanan selesai tepat waktu	3,73	3,8	-0,07
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)			
7	karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	3,87	3,67	-0,2
8	proses pesanan mudah dan cepat	3,87	3,73	-0,14
9	karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	3,87	3,8	-0,07
	<i>Assurance</i> (Jaminan)			
10	karyawan terlihat profesional dan terlatih	3,87	4,16	0,29
11	saya merasa aman mengkonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	3,87	4,33	0,46
12	karyawan kompeten (paham Menu)	3,87	3,5	-0,37
	<i>Empathy</i> (Empati)			
13	karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	3,9	4,33	0,43
14	karyawan memahami kebutuhan pelanggan	3,67	4,5	0,83
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	3,9	4,1	0,2
	jumlah	57,25	57,62	0,23

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

Pada tabel 4.7 diatas adalah nilai GAP yang diperoleh dari nilai rata-rata realita dikurangi nilai rata-rata ekspektasi.

Rumus GAP : Nilai Realita – Nilai Ekspektasi

Contoh :

$$3,33 - 3,53 = -0,2$$

GAP negatif itu artinya tempat usaha bersih dan rapi tidak sesuai harapan konsumen dan perlu ditingkatkan kebersihan dan kerapihannya.

Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai GAP negatif yang terbesar adalah (-0,54) yang berarti kualitas sebuah indikator cukup buruk yang menjadi prioritas perbaikan. Nilai GAP antara ekspektasi dan realita kurang dari nol, sehingga pada aspek kualitas rasa makanan konsisten harus lebih ditingkatkan lagi. Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai GAP positif yang terbesar adalah (0,83) yang berarti kualitas sebuah indikator cukup baik yang harus dipertahankan. Pada aspek karyawan memahami kebutuhan pelanggan menandakan pelayanan melebihi harapan pelanggan.

#### 4.1.6 Analisis *Servqual*

Analisis *servqual* dilakukan dengan melihat kesenjangan yang terjadi antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Jika nilai kesenjangan (gap) bernilai negatif maka terjadi kesenjangan dan jika nilai kesenjangan (gap) semakin nol, maka semakin sedikit kesenjangan yang terjadi. Dengan kata lain, pelayanan yang diberikan pada dapur bunda iseh semakin mendekati harapan konsumen. Jika gap bernilai positif, maka tidak ada kesenjangan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang di terimanya. Semakin besar positif gap, semakin besar kepuasan konsumen.

##### 4.1.6.1 Analisis *Servqual* Tiap Variabel Pada Masing-Masing Dimensi

###### 1. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel tangible memperlihatkan bahwa terdapat gap atau kesenjangan pada dimensi *tangible*, kesenjangan paling besar terjadi pada “ penampilan karyawan rapi dan bersih atribut ini memiliki skor gap (-0,3).

**Tabel 4.11 Kesenjangan Dimensi *Tangible***

No	Atribut Dalam Dimensi <i>Tangible</i>	Gap
1	Tempat usaha bersih dan rapi	-0,2

2	Peralatan masak dan kemasan terlihat higienis	-0,06
3	penampilan karyawan rapi dan bersih	-0,3

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

#### 2. Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel *reliability* menunjukkan kesenjangan terbesar terjadi pada atribut “kualitas rasa makanan konsisten”, gap yang dimiliki oleh variabel ini sebesar (-0,54).

**Tabel 4.12 Kesenjangan Dimensi *Reliability***

No	Atribut Dalam Dimensi <i>Reliability</i>	Gap
4	Makanan selalu sesuai pesanan	-0,03
5	Kualitas rasa makanan konsisten	-0,54
6	Pesanan selesai tepat waktu	-0,07

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

#### 3. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel *responsiveness* menunjukkan kesenjangan terbesar terjadi pada atribut “ proses makanan mudah dan cepat” atribut ini memiliki skor gap sebesar (-0,14)

**Tabel 4.13 Kesenjangan Dimensi *Responsiveness***

No	Atribut Dalam Dimensi <i>Responsiveness</i>	Gap
7	Karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan	-0,2
8	Proses pemesanan mudah dan cepat	-0,14
9	Karyawan sigap membantu konsumen jika ada keluhan	-0,07

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

#### 4. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel *assurance* menunjukkan kesenjangan terbesar terjadi pada atribut “karyawan kompeten (paham menu)” atribut ini memiliki skor gap sebesar (-0,37) “saya merasa aman mengkonsumsi produk Dapur Bunda Iseh” atribut ini memiliki skor gap sebesar (0,46).

**Tabel 4.14 Kesenjangan Dimensi Assurance**

No	Atribut Dalam Dimensi Assurance	Gap
10	Karyawan terlihat profesional dan terlatih	0,29
11	Saya merasa aman mengonsumsi produk Dapur Bunda Iseh	0,46
12	Karyawan Kompeten (paham menu)	-0,37

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

#### 5. Dimensi *Empathy* (Empati)

Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel *empathy* menunjukkan kesenjangan terbesar pada atribut “ karyawan memahami kebutuhan pelanggan” atribut ini memiliki nilai skor gap terbesar (0,83)

**Tabel 4.15 Kesenjangan Dimensi Empathy**

No	Atribut Dalam Dimensi Empathy	Gap
13	Karyawan ramah dan sopan kepada pelanggan	0,43
14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	0,83
15	Dapur Bunda Iseh memiliki jam operasional yang sesuai kebutuhan konsumen	0,2

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah)

#### 4.4.6.2 Analisis Servqual Tiap Dimensi Secara Keseluruhan

Hasil penelitian secara keseluruhan penentuan GAP dalam tiap dimensi pada *Service Quality* yang dilakukan pada Dapur Bunda Iseh berdasarkan GAP terbesar yang dimiliki pada masing-masing atribut yang telah dipaparkan pada tabel 4.10 terlihat bahwa skor rata-rata pelayanan yang diberikan sebesar (0,23) berada di atas harapan konsumen, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Dapur Bunda Iseh sudah memenuhi harapan konsumen meskipun dalam beberapa dimensi masih terdapat kesenjangan. Pada tabel 4.16 kesenjangan terbesar terjadi pada dimensi *Empathy* (0,83) dan yang terkecil pada dimensi *Tangible* (-0,3). Berikut urutan dimensi-dimensi berdasarkan kesenjangan yang terbesar hingga terkecil, yaitu *Empathy* (0,83), *Assurance* (0,46), *Reliability* (-0,54), *Responsiveness* (-0,14) dan *Tangible* (-0,3).

**Tabel 4.16 Urutan Kesenjangan Dimensi Secara Keseluruhan Dari Yang Terbesar Hingga Yang Terkecil**

Urutan	Dimensi	Gap
1	<i>Empathy</i>	0,83
2	<i>Assurance</i>	0,46
3	<i>Reliability</i>	-0,54
4	<i>Tangible</i>	-0,3
5	<i>Responsiveness</i>	-0,14

Sumber : Hasil Penelitian,2025 (Data Diolah)

#### 4.4.6.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 30 responden menggunakan metode *SERVQUAL*, ditemukan bahwa terdapat kesenjangan antara ekspektasi dan realita pelayanan yang diberikan oleh Dapur Bunda Iseh. Kesenjangan ini dianalisis melalui lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*.

##### 1. Dimensi *Tangible* (Bukti Fisik)

Pada dimensi *tangible*, nilai gap yang ditemukan seluruhnya negatif, dengan nilai terbesar adalah -0,3 sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada indikator “penampilan karyawan rapi dan bersih”. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi nyata masih belum sesuai dengan harapan konsumen.

##### 2. Dimensi *Reliability* (Keandalan)

Dimensi keandalan menunjukkan kesenjangan terbesar pada indikator “kualitas makanan konsisten” dengan nilai gap terbesar -0,54 sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, indikator pesanan sesuai dan tepat waktu memiliki gap kecil.

##### 3. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Kesenjangan tertinggi dalam dimensi ini adalah gap terbesar -0,2 sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada indikator “karyawan cepat merespons pertanyaan pelanggan” yang menunjukkan perlunya peningkatan dalam kesiapan melayani, terutama saat permintaan tinggi.

##### 4. Dimensi *Assurance* (jaminan)

Dimensi *assurance* memperlihatkan kesenjangan positif tertinggi yaitu

0,46 pada indikator “konsumen merasa aman mengkonsumsi produk”. Namun, karyawan kompeten (paham menu) memiliki gap negatif -0,37 sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5. Dimensi *Empathy* (Empati)

Dimensi *empathy* memiliki skor gap paling positif, yaitu 0,83 pada indikator “karyawan memahami kebutuhan pelanggan”.

6. Analisis GAP secara keseluruhan yaitu hasil analisis menunjukkan nilai GAP rata-rata sebesar 0,23 yang berarti secara umum pelayanan yang diberikan sudah mendekati bahkan melebihi ekspektasi konsumen. Meski demikian, masih terdapat dimensi gap negatif yang menjadi perhatian dan perbaikan