

Kualitas Pelayanan Di Sisi Barat Coffee Bogor

[Heri Sutardi](#)^{1*}, [Zannu Ekasmara Arrahman](#)²

¹ Program Studi Perhotelan, Akademi Pariwisata NHI Bandung, Indonesia

² Program Studi, Akademi Pariwisata NHI Bandung, Indonesia

*Email : herisutardi@akparnhi.ac.id

Diterbitkan oleh Akademi Pariwisata NHI Bandung

Info Artikel

Diterima :

Diperbaiki :

Disetujui :

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelayanan konsumen di restoran Sisi Barat Coffee Bogor. Metode pengumpulan yang dilakukan adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpul data yang dilakukan yaitu dengan cara penyebaran kuesioner, observasi. Sedangkan teknik analisis data dengan menggunakan skala likert. Masalah dalam penelitian: a.)Bagaimana bukti fisik yang terlihat di Sisi Barat Coffee Bogor?b.)Bagaimana keandalan pada karyawan di Sisi Barat Coffee Bogor?c.)Bagaimana daya tanggap dari karyawan di Sisi Barat Coffee Bogor?d.)Apakah terlaksana jaminan yang dilakukan karyawan di Sisi Barat Coffee Bogor?e.)Apakah terdapat kepedulian dari karyawan terhadap tamu di Sisi Barat Coffee Bogor? Saran yang diberikan untuk pemecahan masalah adalah: Pada Tangibles, alangkah lebih baiknya untuk meningkatkan fasilitas yang berada di Sisi Barat Coffee, dan juga lebih diperhatikan lagi tentang berpenampilan seorang karyawan di Sisi Barat Coffee.Pada aspek Reability, perlu ditingkatkan lagi dengan adanya masukan- masukan dari atasan tentang tugas- tugas yang diberikan kepada karyawan atau dari pengunjung yang datang ke Sisi Barat Coffee Bogor.Pada Responsiveness harus dimaksimalkan oleh karyawan tentang pengetahuan dan kesigapan untuk melayani pengunjung dengan baik, atasan harus lebih memperhatikan tentang ketanggapan seorang karyawann karena akan berdampak untuk kualitas pelayanan di Sisi Barat Coffee. Untuk Assurance seharusnya bisa menjadi hal yang paling di utamakan dan ditingkatkan karena hal ini menyangkut kepada pengunjung yang merasa terjamin dan nantinya akan berdampak kepada pengunjung yang ingin datang kembali ke tempat tersebut karena merasa terjamin. Dan yang terakhir untuk Empathy harus dimaksimalkan kembali dengan cara melakukan pendekatan secara langsung kepada pengunjung yang datang ke Sisi Baat Coffee Bogor agar pengunjung dapat merasakan kepedulian setiap karyawan terhadap pengunjung yang datang.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Waiter, Restoran*

ABSTRACT

This research aims to determine customer service satisfaction at the West Side Coffee Bogor restaurant. The collection method used is a quantitative method. The data collection technique used was by distributing questionnaires and observing. Meanwhile, the data analysis technique uses a Likert scale. Problems in the research: .) How is the physical evidence seen at West Side Coffee Bogor? b.) How is the reliability of employees at West Side Coffee Bogor? c.) How is the responsiveness of employees at West Side Coffee Bogor? what employees do at West Side Coffee Bogor? e.) Is there concern from employees towards guests at West Side Coffee Bogor? The suggestions given for solving the problem are: At Tangibles, it would be better to improve the facilities at West Side Coffee, and also pay more attention to the appearance of an employee at West Side Coffee. In the aspect of Reability, it needs to be improved further with input - input from superiors regarding tasks given to employees or from visitors who come to West Side Coffee Bogor. Responsiveness must be maximized by employees regarding knowledge and alertness to serve visitors well, superiors must pay more attention to the responsiveness of an employee because it will have an impact on the quality of service at West Side Coffee. Assurance should be the most prioritized and improved thing because this concerns visitors who feel guaranteed and will later have an impact on visitors who want to come back to the place because they feel guaranteed. And finally, empathy must be maximized again by taking a direct approach to visitors who come to Sisi Baat Coffee Bogor so that visitors can feel the concern of each employee for the visitors who come.

Keywords: *Quality Service, Waiter, Restaurant*

Alamat Korespondensi : Jl. Raya Lembang No. 112, Jawa Barat, Indonesia 40359

Pendahuluan

Pariwisata adalah segala kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk tujuan hiburan dan rekreasi. Menurut Prayogo (2018) Pariwisata secara sederhana dapat didefinisikan sebagai “perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain membuat rencana dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan mendapatkan hiburan sehingga keinginannya terpenuhi”.

Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Menurut Tjiptono (2017) berpendapat “ada 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan / *Five elements of quality service* :

1. Tangibles (Bukti Fisik)

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi Tangibles ini akan menimbulkan image / gambaran penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

2. Reability (keandalan)

Reability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa 13 sesuai dengan apa yang telah di janjikan secara tepat waktu. pentingnya dimensi ini adalah karna kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

3. Responsiveness (Daya tanggap)

Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

4. Assurance (Jaminan)

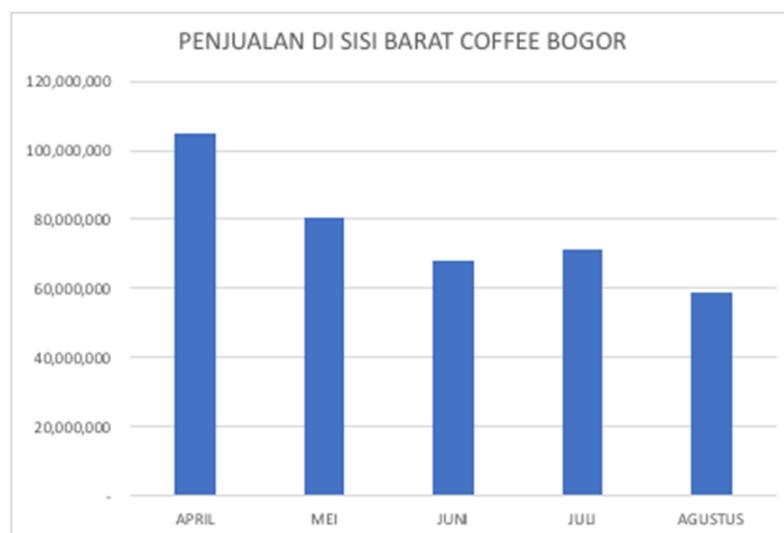
Assurance atau jaminan adalah pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kualitas konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung mengangani konsumen.

5. Emphaty (kepedulian)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen”.

Di Kota Bogor semakin marak coffee shop baru yang berdiri dan tersebar diseluruh pelosok daerah Kota Bogor. Akan tetapi tidak semua coffee shop di Kota Bogor banyak dikunjungi oleh konsumen, hanya coffee shop tertentu yang terlihat ramai pengunjung. Ada banyak hal yang mempengaruhi pembelian disebuah coffee shop, misalnya produk, layanan, lokasi, kelompok referensi, harga, gaya hidup, promosi, dan lain-lain.

Salah satu coffee shop yang berkembang di Kota Bogor adalah di Sisi Barat Coffee Bogor. Sisi Barat Coffee Bogor adalah salah satu coffee shop mempunyai visi dan misi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Sisi Barat Coffee menyediakan bermacam-macam jenis minuman yang utamanya itu kopi dan berbagai macam produk minuman lainnya seperti teh dan coklat. Tidak lupa juga Sisi Barat Coffee menyediakan makanan kudapan pendamping minuman.



Gambar 1. Data penjualan bulanan di sisi barat coffee bogor
Sumber : data internal manajemen, Sisi Barat Coffee Bogor 2022

Menurut data dari gambar 1 terlihat bahwa penjualan di Sisi Barat Coffee Bogor 2022 bulan Agustus mengalami mengalami fluktuasi. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan April penulis menduga bahwa penurunan penjualan diakibatkan dari kualitas pelayanan yang diberikan karyawan masih kurang optimal yang mengakibatkan pengunjung tidak

tertarik untuk mengunjungi Sisi Barat Coffee maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut terhadap kualitas pelayanan di Sisi Barat Coffee Bogor. Faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen menurut Daryanto dan Setyobudi (2014: 53-54) di antaranya yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, biaya, dan kemudahan. Diharapkan para pemilik usaha, khususnya dalam bidang kuliner, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini akan menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi barang atau jasa suatu perusahaan.

Metode Penelitian

Dalam penulisan kali ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”.

Teknik Pengumpulan Data yang akan penulis gunakan adalah Observasi, Wawancara, Kuisisioner, dan Studi Pustaka.

- a. Observasi
Observasi adalah pengamatan langsung para pembuat keputusan berikut lingkungan fisiknya dan atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berjalan. Menurut Sugiyono (2014:145) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian”. Dalam penelitian yang diobservasi adalah Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan di sisi barat coffee Bogor.
- b. Wawancara
Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2014: 147) Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik Studi Pustaka. Dalam penelitian yang diwawancara adalah pemilik kedai kopi tersebut.
- c. Kuisisioner
Menurut Sugiyono (2017:142) angket atau kuesioner merupakan “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Dalam penelitian ini yang diberi pertanyaan kuisisioner adalah tamu di Sisi Barat Coffee Bogor.
- d. Studi Pustaka
Menurut Sugiyono (2017) “kajian teoritis, referensi serta literatur ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti”.

Tabel 1. Jabatan Dan Jumlah Karyawan Di Sisi Barat Coffee Bogor

No	Jabatan	Jumlah
1	Ceo	1
2	Manager	1
3	Admin	2
4	Head Kitchen	1
5	Head Bar	1
6	Head Waiter	1

7	Commis	3
8	Barista	3
9	Waiter	3
Total jumlah karyawan		16

Sumber: Data Internal Sisi Barat Coffee Bogor, (2022)

Berdasarkan pada tabel diatas jabatan di Sisi Barat Coffee Bogor terbagi menjadi 1 CEO, 1 Manager, 2 Admin, 1 Head Kitchen, 1 Head Bar, 1 Head Waiter, 3 Commis, 3 Barista, dan 3 Waiter. Total jumlah karyawan yang ada di Sisi Barat Coffee Bogor mencapai 16 orang. Penulis mengambil sample dengan menggunakan rumus slovin, untuk lebih jelas rumus slovin yang dikemukakan oleh Husein Umar (2013:78) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Gambar 2. Rumus Slovin
Sumber : Sugiyono, 2018.

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Total keseluruhan pengunjung di Sisi Barat Coffee Bogor ini selama 3 bulan dari bulan Juli 2022– September 2022 mencapai 10.000 pengunjung dan batas toleransi kesalahan 10% sehingga dengan menerapkan rumus slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{10.000}{1 + 10.000 \cdot 0,10} = 99,009 \approx 100.$$

Untuk mengukur kualitas pelayanan dari *Five elements of quality service* penulis menggunakan metode pengukuran skala likert yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014: 132) pengertian skala likert adalah sebagai berikut: “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Tabel 2. Bobot nilai pada kuisisioner

NO	KRITERIA JAWABAN	NILAI
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3	Ragu- Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono, (2014).

Hasil dan Pembahasan

Tinjauan Five Elements Of Quality Service

Pada umumnya pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dalam banyak sekali dimensi penilaian yaitu tangibles, reliability, responsiveness, competence, courtesy, credibility, security, access, communication, dan understanding the customer. Dari kesepuluh dimensi tersebut dapat dikelompokkan menjadi lima dimensi utama, yaitu dimensi reliability, tangibles, responsiveness, assurance, dan empathy.

Tinjauan Tangibles/ Bukti Fisik

Daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan. Dalam hal ini sarana dan prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Tempat yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), peralatan yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu pelayanan. Karena suatu service tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba, maka aspek tangibles menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. tangibles yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan. Pada saat yang bersamaan aspek tangibles ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena tangibles yang baik, maka harapan responden menjadi lebih tinggi.

Berikut ini adalah data olahan hasil dari penyebaran kuesioner di Sisi Barat Coffee Bogor mengenai dimensi Tangibles/ Bukti fisik:

Tabel 3. Pelaksanaan Dimensi Tangibles/ Bukti Fisik Di Sisi Barat Coffee Bogor
(n = 100)

NO	PERTANYAAN	SANGAT SETUJU(SS)		SETUJU(S)		RAGU-RAGU(RG)		TIDAK SETUJU(TS)		SANGAT TIDAK SETUJU(STS)		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
TANGIBLES/BUKTI FISIK													
1	Fasilitas umum di Sisi Barat Coffee Bogor layak untuk digunakan	8	8%	33	33%	10	10%	17	17%	32	32%	100	100%
2	Kapasitas tempat duduk di Sisi Barat Coffee yang mencukupi	7	7%	27	27%	10	10%	29	29%	27	27%	100	100%
3	Penampilan pramusaji di Sisi Barat Coffee yang menarik dan rapih	6	6%	31	31%	8	8%	25	25%	30	30%	100	100%
4	Pramusaji bertindak secara professional	4	4%	31	31%	14	14%	23	23%	28	28%	100	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, (2022).

Berdasarkan table diatas dapat terlihat pelaksanaan dimensi tangibles/ bukti fisik memiliki 4 pertanyaan yang semuanya merujuk ke dimensi bukti fisik dan dari pertanyaan tersebut terdapat penilaian yang nantinya akan diolah dan dapat dilihat hasilnya untuk menilai kualitas pelayanan tentang dimensi bukti fisik di Sisi Barat Coffee Bogor.

Tinjauan Reability/ Kehandalan

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan pelayanannya sesuai dengan waktu yang disepakati. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/pelayanan yang handal. Produk/pelayanan jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, pelayanan tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan.

Dibandingkan dengan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya, yaitu *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*, dimensi ini sering dipersepsi paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa. Terdapat dua aspek dari dimensi ini. Pertama adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan.

Dibawah ini adalah data olahan hasil dari penyebaran kuesioner di Sisi Barat Coffee Bogor mengenai dimensi Reability/ Kehandalan:

Tabel 4. Pelaksanaan Dimensi Reability/ Kehandalan Di Sisi Barat Coffee Bogor
(n = 100)

NO	PERTANYAAN	SANGAT SETUJU(SS)		SETUJU(S)		RAGU-RAGU(RG)		TIDAK SETUJU(TS)		SANGAT TIDAK SETUJU(STS)		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
REABILITY/KEHANDALAN													
1	Pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan	3	3%	28	28%	14	14%	21	21%	34	34%	100	100%
2	Respon pelanggan yang ditanggapi dengan cepat	3	3%	27	27%	13	13%	24	24%	33	33%	100	100%
3	Kebutuhan pengunjung yang ditanggapi dengan tepat	4	4%	30	30%	13	13%	23	23%	30	30%	100	100%
4	Makanan dan minuman yang dipesan sudah diantar dengan waktu yang efektif	7	7%	32	32%	9	9%	19	19%	33	33%	100	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, (2022).

Berdasarkan table diatas dapat terlihat pelaksanaan dimensi reability/ kehandalan memiliki 4 pertanyaan yang semuanya merujuk ke dimensi kehandalan dan dari pertanyaan

tersebut terdapat penilaian yang nantinya akan diolah dan dapat dilihat hasilnya untuk menilai kualitas pelayanan tentang dimensi kehandalan di Sisi Barat Coffee Bogor.

Tinjauan Responsiveness/ Daya Tanggap

Kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dalam merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan pelayanan secara cepat. Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan.

Berikut ini adalah data olahan hasil dari penyebaran kuesioner di Sisi Barat Coffee Bogor mengenai dimensi Responsiveness/ Daya Tanggap:

Tabel 5. Pelaksanaan Dimensi Responsiveness/ Daya Tanggap Di Sisi Barat Coffee Bogor (n = 100)

NO	PERTANYAAN	SANGAT SETUJU(SS)		SETUJU(S)		RAGU-RAGU(RG)		TIDAK SETUJU(TS)		SANGAT TIDAK SETUJU(STS)	TOTAL		
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
RESPONSIVENESS/DAYA TANGGAP													
1	Penyampaian informasi dari pramusaji yang cukup jelas	4	4%	33	33%	8	8%	25	25%	30	30%	100	100%
2	Pemesanan makanan dan minuman yang dilakukan secara efektif	7	7%	31	31%	8	8%	19	19%	35	35%	100	100%
3	Kesediaan pramusaji dalam membantu kebutuhan pelanggan	6	6%	33	33%	9	9%	13	13%	39	39%	100	100%
4	Respon pramusaji yang cukup baik dalam menanggapi kumpulan	5	5%	32	32%	7	7%	20	20%	36	36%	100	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, (2022).

Berdasarkan table diatas dapat terlihat pelaksanaan dimensi responsiveness/ daya tanggap memiliki 4 pertanyaan yang semuanya merujuk ke dimensi daya tanggap dan dari pertanyaan tersebut terdapat penilaian yang nantinya akan diolah dan dapat dilihat hasilnya untuk menilai kualitas pelayanan tentang dimensi daya tanggap di Sisi Barat Coffee Bogor.

Tinjauan Assurance/ Jaminan

Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan dan masalah pelanggan

Dibawah ini adalah data olahan hasil dari penyebaran kuesioner di Sisi Barat Coffee Bogor mengenai dimensi Assurance/ Jaminan:

Tabel 6. Pelaksanaan Dimensi Assurance/ Jaminan Di Sisi Barat Coffee Bogor
(n = 100)

NO	PERTANYAAN	SANGAT SETUJU(SS)		SETUJU(S)		RAGU-RAGU(RG)		TIDAK SETUJU(TS)		SANGAT TIDAK SETUJU(STS)		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
ASSURANCE/JAMINAN													
1	Jaminan keamanan di Sisi Barat Coffee Bogor terlaksanan dengan baik	5	5%	32	32%	9	9%	24	24%	30	30%	100	100%
2	Penanganan keluhan yang dilakukan secara Kerjasama yang baik	4	4%	32	32%	15	15%	15	15%	34	34%	100	100%
3	Kenyamanan di Sisi Barat Coffee Bogor terlaksanan dengan baik	6	6%	34	34%	12	12%	15	15%	33	33%	100	100%
4	Kerjasama yang bai kantar Pramusaji dengan pengujung di Sisi Barat Coffee Bogor	5	5%	30	30%	13	13%	14	14%	38	38%	100	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, (2022).

Berdasarkan table diatas dapat terlihat pelaksanaan dimensi assurance/ jaminan memiliki 4 pertanyaan yang semuanya merujuk ke dimensi jaminan dan dari pertanyaan tersebut terdapat penilaian yang nantinya akan diolah dan dapat dilihat hasilnya untuk menilai kualitas pelayanan tentang dimensi jaminan di Sisi Barat Coffee Bogor.

Tinjauan Emphaty/ Kepedulian

perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian operasional kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Dibawah ini adalah data olahan hasil dari penyebaran kuesioner di Sisi Barat Coffee Bogor mengenai dimensi Responsiveness/ Daya Tanggap:

Tabel 7. Pelaksanaan Dimensi Emphaty/ Kepedulian Di Sisi Barat Coffee Bogor
(n = 100)

NO	PERTANYAAN	SANGAT SETUJU(SS)		SETUJU(S)		RAGU-RAGU(RG)		TIDAK SETUJU(TS)		SANGAT TIDAK SETUJU(STS)		TOTAL	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
EMPATHY/KEPEDULIAN													
1	Memberikan perhatian yang baik terhadap pengunjung di Sisi Barat Coffee Bogor	4	4%	30	30%	9	9%	19	19%	38	38%	100	100%
2	Memiliki keakraban ke setiap pengunjung Sisi Barat Coffee Bogor	4	4%	27	27%	14	14%	22	22%	32	32%	100	100%
3	Mengutamakan kebutuhan pengunjung sebagai rasa kepedulian	4	4%	31	31%	13	13%	15	15%	37	37%	100	100%
4	Mengutamakan keinginan pengunjung Sisi Barat Coffee Bogor	4	4%	36	36%	9	9%	19	19%	32	32%	100	100%

Sumber : Hasil Olahan Data Penulis, (2022).

Berdasarkan table diatas dapat terlihat pelaksanaan dimensi *empathy*/ kepedulian memiliki 4 pertanyaan yang semuanya merujuk ke dimensi kepedulian dan dari pertanyaan tersebut terdapat penilaian yang nantinya akan diolah dan dapat dilihat hasilnya untuk menilai kualitas pelayanan tentang dimensi kepedulian di Sisi Barat Coffee Bogor.

Dari 5 dimensi yang sudah dijelaskan diatas memiliki masing- masing 4 pertanyaan mengenai dimensi *tangibles*/ bukti fisik, *reability*/ kehandalan, *responsiveness*/ daya tanggap, *assurance*/ jaminan, dan yang terakhir yaitu *empathy*/ kepedulian. Tabel yang berada diatas adalah hasil dari kuisisioner yang sudah dibagikan oleh penulis kepada tamu Sisi Barat Coffee Bogor yang diambil rata- ratanya menggunakan skala likert dan nantinya akan di ambil skala rentang dari masing- masing pertanyaan dan masing- masing dari 5 dimensi yang ada untuk mengukur kualitas pelayanan yang berada di Sisi Barat Coffee Bogor.

Simpulan dan saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis dan didukung oleh data-data yang didapat dari hasil observasi dan kuesioner yang disebar dan kemudian dianalisa tentang kualitas pelayanan di Sisi Barat Coffee Bogor dengan 5 dimensi kualitas pelayanan.

Dengan ini penulis mengambil kesimpulan berdasarkan masing-masing dimensi, yaitu sebagai berikut:

1. Bila melihat pada angka akhir, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *Tangibles*/ Bukti Fisik masih termasuk kedalam kategori ragu- ragu kearah tidak setuju, yang dimana hasil itu masih harus ditingkatkan lagi untuk mencapai hasil yang maksimal mulai dari segi kelayakan fasilitas/ peralatan dan juga penampilan dari karyawan di sisi barat coffee bogor.
2. Bila melihat pada angka akhir hasil perhitungan dengan skala likert, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *reability*/ kehandalan masih termasuk kedalam kategori dominan tidak setuju kearah ragu- ragu, yang dimana hasil itu masih terbilang kurang dari kehandalan seorang karyawan di sisi barat coffee bogor.
3. Bila melihat pada angka akhir hasil perhitungan dengan skala likert, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *responsiveness*/ daya tanggap masih termasuk kedalam kategori tidak setuju kearah ragu- ragu, yang dimana hasil itu harus ditingkatkan lagi untuk mencapai hasil yang maksimal yang juga dapat berimbas pada pengunjung di sisi barat coffee bogor.
4. Bila melihat pada angka akhir hasil perhitungan dengan skala likert, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *assurance*/ jamiinan masih termasuk kedalam kategori dominan tidak setuju kearah ragu- ragu, yang dimana hasil itu masih terbilang kurang dari menjamin pengunjung yang ingin berkunjung ke sisi barat coffee bogor.
5. Bila melihat pada angka akhir hasil perhitungan dengan skala likert, dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan *empathy*/ kepedulian masih termasuk kedalam kategori dominan tidak setuju kearah ragu- ragu, yang dimana seharusnya dapat ditingkatkan lagi kepedulian dari seorang karyawan kepada pengunjung di sisi barat coffee bogor.

Saran

Untuk kualitas pelayanan yang berada di Sisi Barat Coffee Bogor, karyawan perlu meningkatkan performa tentang kualitas pelayanan yang berdampak untuk pengunjung Sisi Barat Coffee Bogor, terlebih pada aspek Five Element of Quality Service/ 5 dimensi kualitas pelayanan.

1. Pada *Tangibles*, alangkah lebih baiknya untuk meningkatkan fasilitas yang berada di Sisi Barat Coffee, dan juga lebih diperhatikan lagi tentang berpenampilan seorang karyawan di Sisi Barat Coffee.
2. Pada aspek *Reability*/ Kehandalan, perlu ditingkatkan lagi dengan adanya masukan- masukan dari atasan tentang tugas- tugas yang diberikan kepada karyawan atau dari pengunjung yang datang ke Sisi Barat Coffee Bogor.
3. Pada *Responsiveness*/ Daya Tanggap harus dimaksimalkan oleh karyawan tentang pengetahuan dan kesigapan untuk melayani pengunjung dengan baik, atasan harus lebih memperhatikan tentang ketanggapan seorang karyawann karena akan berdampak untuk kualitas pelayanan di Sisi Barat Coffee.
4. Untuk *Assurance*/ Jaminan seharusnya bisa menjadi hal yang paling di utamakan dan ditingkatkan karena hal ini menyangkut kepada pengunjung yang merasa terjamin dan nantinya akan berdampak kepada pengunjung yang ingin datang kembali ke tempat tersebut karena merasa terjamin.
5. Dan yang terakhir untuk *Empathy*/ Kepedulian harus dimaksimalkan kembali dengan cara melakukan pendekatan secara langsung kepada pengunjung yang datang ke Sisi Barat Coffee Bogor agar pengunjung dapat merasakan kepedulian setiap karyawan terhadap pengunjung yang datang.

Ucapan Terima Kasih

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam proses penyelesaian tulisan ini, terkhusus manajemen Sisi Barat Coffee Bogor dan Manajemen AKPAR NHI Bandung yang telah sangat membantu penelitian hingga penelitian ini selesai sesuai dengan rencana.

Referensi

- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Ilyas, A., Arshed, N., & Hussain, T. (2016). *service Quality and customer satisfaction: a study on islamic Banks of Pakistan*. *Journal of Business Strategies*, 10(1), 73.
- Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge. (2014). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani*. Erlangga: Jakarta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- W.A dan Siti Fauziah. (2016). *Profesional Waiter : Pramusaji ahli*.