

**PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI
PECEL MADIUN MBAK NANING SURABAYA**



Oleh:

ARDERICO CHELYCOR ALVARIANT

NIM.: 151910813048

**PROGRAM STUDI D-III MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS AIRLANGGA SURABAYA**

2023

HALAMAN SCAN KARTU MAHASISWA



HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Bagian atau keseluruhan isi tugas akhir ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi /atau Universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan / ditulis oleh individu selain penyusun, kecuali bila dituliskan dengan format dalam isi Tugas Akhir.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 27 Juni 2023

Penulis,



Arderico Chelycor Alvarient

NIM: 151910813048

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR

**PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI PECEL
MADIUN MBAK NANING SURABAYA**

Sebagai Salah Satu syarat Untuk Memperoleh Gelar Ahli MadyaBidang

Manajemen Pemasaran

Departemen Bisnis

Fakultas Vokasi Universitas Airlangga

Oleh :

Arderico Chelycor Alvarient

NIM. 151910813048

Disetujui oleh :

Pembimbing



Edwin Fiatiano, S.Sos., M.Si.

NIP. 197311021998031003

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI PECEL
MADIUN MBAK NANING SURABAYA

Disusun Oleh:

ARDERICO CHELYCOR A.

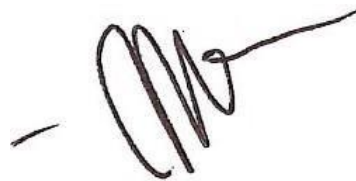
1519108130348

Telah Diuji Pada Tanggal 27 Juni 2023

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D-III Manajemen Pemasaran

Fakultas Vokasi Universitas Airlangga



Maurisia Putri Permatasari S.E. M.Sc.

NIP. 198609222015043201

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

Tugas Akhir Ini Telah Diajukan dan Disahkan Dihadapan Komisi Penguji

Program Studi : D-III Manajemen Pemasaran

Departemen : Bisnis

Fakultas : Vokasi

Universitas : Universitas Airlangga

Hari/Tanggal : Kamis, 27 Juni 2023

Pukul : 12.30-14.30 WIB

Tempat : RAPIM II

Panitia Penguji terdiri dari:

Anggota Penguji I

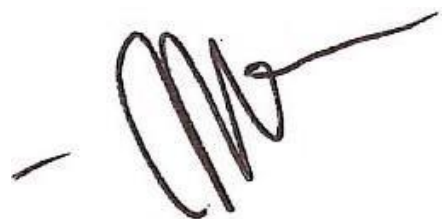


Pengesahan Tugas Akhir
30 Juni 2023

Damar Kristanto, SE., M.S.M.

NIP. 198905022018083101

Anggota Penguji II



Maurisia Putri Permatasari, S. E., M.Sc

NIP. 198609222015043201

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini tidak dipublikasikan, namun tersedia di perpustakaan dalam lingkungan Universitas Airlangga, diperkenankan untuk dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun dan harus menyebutkan sumbernya sesuai kebiasaan ilmiah.

Dokumen Tugas Akhir ini merupakan hak milik Universitas Airlangga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan Judul “PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI PECEL MADIUN MBAK NANING SURABAYA” dengan tepat waktu.

Dalam pembuatan laporan ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, terima kasih diantaranya :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya.
2. Kedua orang tua penulis Ibu Budi Sri Wahyuningsih dan Bpk. Syahbanul Umrik yang telah memberikan segenap cinta, kasih, doa serta dukungan hingga penulis dapat sampai pada akhir penulisan tugas akhir ini.
3. Ibu Maurisia Putri Permatasari, S.E., M.Sc. selaku Koordinator Program Studi D-III Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga sekaligus dosen yang telah memberikan banyak ilmu dan bimbingan.
4. Bapak Edwin Fiatiano, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan. Ilmu, masukan dan selalu memotivasi penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh dosen dan karyawan pengajar Program Studi D-III Manajemen Pemasaran Fakultas Vokasi Universitas Airlangga.
6. Disty Rani Vina Melati yang selalu menemani dan memberi semangat serta dukungan dan membantu proses dari penulis.
7. Semua anggota PSDM 2019 yang tetap setia memberi suport dari awal hingga selesai .

Surabaya, 27 Juni 2023



Arderico Chelycor Alvarient

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat, salah satunya UMKM di bidang kuliner. Rumah makan “Pecel Madiun Mbak Naning” yang berdiri sejak tahun 2006 merupakan salah satu rumah makan terkenal yang terletak di Surabaya. Rumah makan ini menjual makanan tradisional khas Kota Madiun yaitu Nasi Pecel dengan berbagai macam lauk dan minuman. Selain menu yang beragam, fasilitas dan pelayanan juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun kualitas produk, sehingga dapat bertahan di tengah gempuran persaingan yang sangat sengit.

Meskipun prosedur produksi dan pelayanan telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumennya mengalami fluktuasi pada satu tahun terakhir. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi kualitas pelayanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning memiliki nilai yang tinggi.

Kata Kunci: UMKM, kualitas layanan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI.....	v
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.1.1 Bagi peneliti.....	8
1.1.2 Bagi pembaca	8
1.1.3 Bagi pemilik usaha	8
1.1.4 Bagi masyarakat	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Manajemen Pemasaran	9
2.2 Pelayanan.....	10

2.3	KUALITAS PELAYANAN	11
2.3.1	Pengertian Kualitas Layanan	11
2.3.2	Mengukur Kualitas Layanan	11
2.4	Penelitian Terdahulu	12
BAB III METODE PENELITIAN		15
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	15
3.2	Bahan dan Alat Penelitian.....	16
3.3	Pendekatan Penelitian	16
3.3.1	Pendekatan Kuantitatif	16
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	16
3.4.1	Data Primer.....	17
3.4.2	Data Sekunder	17
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.6	Populasi dan Sampel.....	17
3.7	Metode Pengambilan Sampel	18
3.8	Skala Pengukuran	19
3.8.1	Skala Indikator.....	19
3.9	Teknik Analisis Data	20
3.9.1	Statistik Deskriptif.....	20
3.9.2	<i>Mean</i>	20
3.10	Uji Validitas Dan Reliabilitas	21
3.11	Definisi Operasional Variabel	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		25
4.1	Profil Perusahaan dan Jenis Usaha	25

4.1.1	Profil Rumah Makan “Pecel Madiun Mbak Naning”	25
4.1.2	Jenis Usaha	25
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	25
4.2.1	Analisis Statistik De	25
4.3	Hasil uji validitas	26
4.4	Hasil uji reliabilitas	28
4.5	Hasil Tabulasi Data.....	28
4.5.1	<i>Variabel Realibility</i>	28
4.5.2	<i>Variablel Responsiveness</i>	30
4.5.3	<i>Variabel Assurance</i>	32
4.5.4	<i>Variabel Emphaty</i>	34
4.5.5	<i>Variabel Tangible</i>	35
4.6	Rata-rata Variabel	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		39
5.1	Kesimpulan	39
5.2	Saran	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	15
Tabel 3.2 Skala Likert	19
Tabel 3.3 Nilai Kategori	21
Tabel 3.4 Indikator Variabel Penilaian	22
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	26
Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas	28
Tabel 4.5 Variabel <i>Tangibels</i>	28
Tabel 4.6 Variabel <i>Responsiveness</i>	30
Tabel 4.7 Variabel <i>Assurance</i>	32
Tabel 4.8 Variabel <i>Emphaty</i>	34
Tabel 4.9 Variabel <i>Tangible</i>	36
Tabel 4.10 Rata-rata variable	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik UMKM di Indonesia 2022	2
Gambar 1.2 Presentase 10 sektor UMKM terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1.3 Proporsi kategori makanan UMKM	4
Gambar 1.4 Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning	5

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	43
Lampiran 2 : Form Bimbingan Tugas Akhir.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM di Indonesia berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan.

UMKM merupakan tulang punggung ekonomi Indonesia, dengan kontribusi yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) negara. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia pada tahun 2020, UMKM menyumbang sekitar 60,34% terhadap PDB nasional. (<https://www.depkop.go.id/download/profil-umkm-indonesia-2020>. Diakses tanggal 28 Juni 2023)

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah menjadi perhatian utama dalam beberapa dekade terakhir. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. (<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapat-kan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,tot>

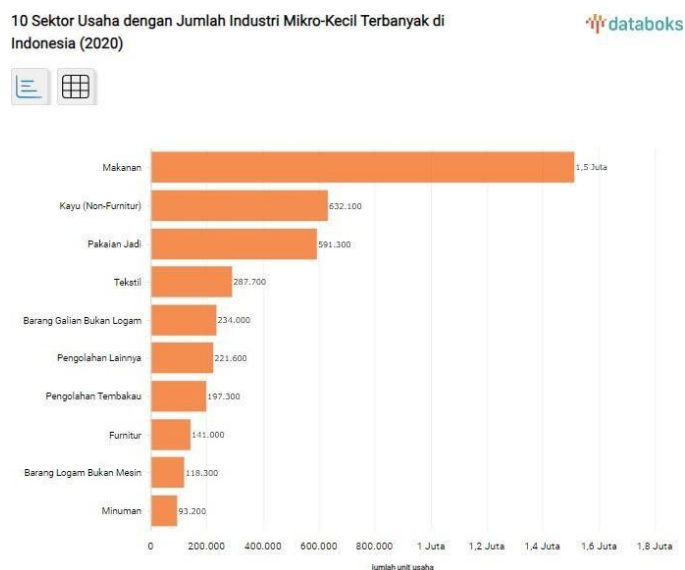
[al%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional](#). Diakses tanggal 28 Juni 2023)



Gambar 1.1 Statistik UMKM di Indonesia 2022

Pertumbuhan pasar domestik juga sangat mempengaruhi. Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus-menerus dan peningkatan daya beli masyarakat telah memberikan dampak positif bagi UMKM. Permintaan pasar yang terus meningkat, baik dari konsumen maupun sektor bisnis, telah mendorong pertumbuhan UMKM. Produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM juga beradaptasi dengan kebutuhan lokal dan keanekaragaman budaya Indonesia. (<https://www.depkop.go.id/umkm/makro/62/rencana-aksi-nasional-pengembangan-ekosistem> diakses tanggal 28 Juni 2023)

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia telah mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia, pada tahun 2020, terdapat sekitar 64 juta UMKM yang beroperasi di negara ini. Sektor kuliner menjadi salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat. Pertumbuhan ini mengakibatkan persaingan yang semakin ketat antara pelaku usaha kuliner di Indonesia, baik di tingkat lokal maupun nasional. (www.kemenkopukm.go.id diakses pada tanggal 28 Juni 2022)



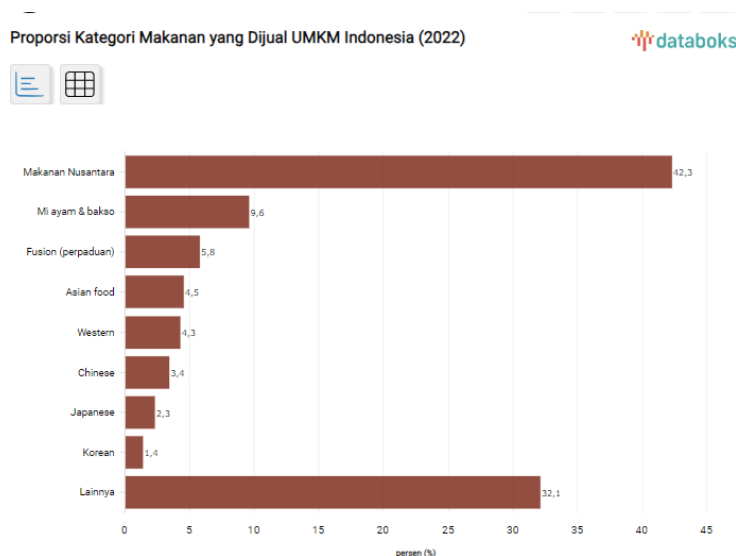
Gambar 1.2 Presentase 10 sektor UMKM terbanyak di Indonesia

Makanan nusantara atau makanan daerah merupakan kategori makanan yang paling banyak dijual oleh pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. Dengan keberagaman kuliner yang dimiliki oleh Indonesia, makanan nusantara atau makanan daerah telah menjadi daya tarik utama bagi UMKM dalam industri kuliner.

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/makanan-nusantara-jadi-kategori-terbanyak-yang-dijual-umkm-indonesia-pada-2022> diakses tanggal 28 Juni 2023)

Para pengusaha UMKM menghadirkan beragam hidangan tradisional dan autentik dari berbagai daerah di Indonesia, menawarkan

cita rasa khas serta keunikan setiap wilayah. Dengan menjual makanan nusantara atau makanan daerah, pengusaha UMKM tidak hanya memperkenalkan kelezatan kuliner Indonesia kepada masyarakat lokal, tetapi juga menjadi daya tarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara yang ingin merasakan kekayaan kuliner Indonesia. Melalui usaha mereka, makanan nusantara atau makanan daerah menjadi jembatan penting dalam mempromosikan budaya Indonesia dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian UMKM di negeri ini.



Gambar 1.3 Proporsi kategori makanan UMKM

Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning merupakan salah satu UMKM yang menjual makanan dalam kategori makanan nusantara. Dikenal sebagai salah satu kuliner khas Jawa Timur, Pecel Madiun adalah hidangan yang terbuat dari sayuran segar yang disajikan dengan bumbu kacang yang lezat. Mbak Naning, pemilik rumah makan tersebut, telah berhasil mengangkat cita rasa autentik Pecel Madiun dan menjadikannya sebagai menu unggulan di tempatnya. Dengan menghidangkan makanan nusantara seperti Pecel Madiun, rumah makan ini tidak hanya memanjakan lidah pelanggan dengan rasa yang lezat, tetapi juga melestarikan warisan kuliner Indonesia. Sebagai UMKM, rumah makan Pecel Madiun Mbak

Naning juga memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan menjadi bagian dari kebanggaan masyarakat Indonesia dalam menjaga keberagaman kuliner nusantara.

Namun, persaingan yang sengit menuntut para pelaku usaha untuk memberikan nilai tambah yang berbeda agar dapat tetap bertahan. Salah satu faktor yang sangat penting adalah kualitas pelayanan. Menurut Bitner dkk (2000) Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan, membangun hubungan jangka panjang, dan membedakan suatu usaha dari pesaingnya. Dalam lingkungan persaingan yang ketat, pelanggan cenderung memilih tempat makan yang menawarkan kualitas pelayanan yang unggul.

Termasuk pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning, pemilik rumah makan khas Kota Madiun tersebut harus mampu bertahan ditengah gempuran persaingan yang semakin sengit. Sebagai UMKM yang mampu berdiri sejak tahun 2006 hingga sekarang, rumah makan ini telah menjadi salah satu ikon kuliner di daerahnya dan terus menerus menarik pelanggan yang setia.

UMKM Pecel Madiun Mbak Naning merupakan sebuah warung makan yang berlokasi di Jl. Manyar Kertoarjo 10, Surabaya. Warung makan ini spesialis dalam menyajikan hidangan nasi pecel, yang merupakan salah satu makanan khas Jawa Timur. Warung makan ini didirikan oleh Mbak Naning, seorang pengusaha wanita yang memiliki minat dan keahlian dalam memasak makanan tradisional.



Gambar 1.4 Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning

Mbak Naning merupakan masyarakat asli Madiun dan telah memiliki pengalaman dalam bidang kuliner sejak lama. Ia memiliki kecintaan terhadap makanan pecel, dan ingin membagikan kelezatan hidangan ini kepada masyarakat setempat. Dengan semangat kewirausahaan dan cita-cita untuk mempromosikan makanan tradisional Jawa Timur, Mbak Naning memutuskan untuk membuka warung makan Pecel Madiun Mbak Naning.

Warung makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning menyajikan kuliner pecel dengan cita rasa autentik yang dihasilkan dari resep turun-temurun. Hidangan pecel terdiri dari sayuran segar seperti kacang panjang, kangkung, tauge, dan daun kemangi, yang disiram dengan bumbu kacang yang kaya rasa. Selain itu, warung makan ini juga menyediakan berbagai jenis lauk tambahan, seperti tempe, tahu, telur dan ayam goreng dan lain-lain yang dapat ditambahkan sesuai selera.

Di tengah persaingan ini, kualitas pelayanan menjadi faktor penting untuk mempertahankan keberhasilan suatu usaha. Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning merupakan contoh UMKM yang tetap bertahan, dan melakukan hal tersebut berkat kualitas pelayanan yang baik yang mereka berikan kepada pelanggan. Dengan staff yang ramah, pelayanan yang cepat, dan perhatian terhadap kepuasan pelanggan, rumah makan ini telah berhasil membangun reputasi yang positif dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan.

Dalam lingkungan persaingan yang ketat, pelanggan cenderung memilih tempat makan yang menawarkan pelayanan yang unggul, dan Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berhasil memenuhi harapan pelanggan melalui kualitas pelayanan yang baik.

Pelayanan yang cepat dan efisien, menjaga kebersihan dan kualitas makanan, serta memberikan perhatian yang baik terhadap kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Semua ini menciptakan hubungan yang baik antara rumah makan dengan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas dan kembali datang lagi.

Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga membantu Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning membedakan diri dari pesaingnya. Dalam persaingan yang ketat, pelayanan yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam memilih tempat makan. Oleh karena itu, rumah makan ini berhasil membangun reputasi yang positif dan menjadi pilihan utama bagi banyak pelanggan.

Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM Nasi Pecel Madiun Mbak Naning telah berhasil menarik perhatian masyarakat lokal dan wisatawan yang berkunjung ke rumah makannya. Kelezatan hidangan pecel yang disajikan, kualitas pelayanan yang baik, dan suasana warung yang nyaman menjadikan warung makan ini populer di kalangan pelanggan setianya.

Dalam rangka mempertahankan keberhasilannya, Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mereka berikan. Mereka selalu mendengarkan masukan dan umpan balik dari pelanggan, serta terus melatih para staff untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka judul Tugas Akhir ini adalah “ **PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI PECCEL MADIUN MBAK NANING SURABAYA**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Bagaimana persepsi kualitas layanan Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

- Untuk mengetahui persepsi kualitas layanan Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

1.1.1 Bagi peneliti

1. Diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan dan mampu diterapkan di dunia kerja.
2. sebagai syarat agar lulus program Diploma III Manajemen Pemasaran.

1.1.2 Bagi pembaca

1. Sebagai referensi untuk dapat melanjutkan penelitian berikutnya terkait persepsi kualitas layanan
2. mendapatkan informasi sekaligus pengetahuan mengenai kondisi konsumen saat membuat usaha.

1.1.3 Bagi pemilik usaha

Sebagai bahan masukan pada Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya dan memberikan perhatian dalam hal kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumen.

1.1.4 Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pentingnya kualitas pelayanan, serta memberikan informasi mengenai salah satu rumah makan terkenal di Surabaya yang menyajikan makanan tradisional khas Kota Madiun

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata, yaitu Manajemen dan Pemasaran. Kedua istilah itu sebenarnya dua ilmu yang berbeda, kemudian digabungkan dalam satu kegiatan. Artinya, fungsi-fungsi yang ada dalam kedua ilmu tersebut digabung dalam bentuk sebuah kerja sama (Sabar, 2010).

Manajemen berasal dari Bahasa Inggris "*to manage*" yang artinya mengurus, mengatur, mengelola. Sedangkan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata manajemen diartikan sebagai penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran. Pemasaran adalah kegiatan yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya, dengan banyaknya kompetitor dengan memberikan pelayanan yang sama, mendorong perusahaan untuk memperkuat strategi pemasaran yang tepat sehingga perusahaan dapat mengikuti perkembangan zaman secara dinamis (Suryani, 2017). Menurut Agustina (2011) Manajemen Pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tujuan organisasi secara efektif dan efisien.

Sehingga dalam keseluruhan, manajemen pemasaran adalah proses yang kompleks dan terus-menerus yang melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan dan memenuhi kebutuhan pasar.

2.2 Pelayanan

Menurut Kotler (2008), pengertian pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan menggunakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangibles*) adalah bukti fisik dari layanan yang ditawarkan, seperti tampilan gedung, peralatan, atau bahan-bahan yang digunakan.
2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan layanan secara konsisten dan dapat diandalkan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemampuan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tanggap terhadap kebutuhan pelanggan.
4. Jaminan (*assurance*) adalah kemampuan untuk memberikan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggan tentang kualitas layanan yang ditawarkan.
5. Empati (*empathy*) adalah kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Menurut Zeithaml et al. (1990), kepuasan pelanggan terbentuk oleh persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harapan mereka terhadap layanan tersebut.

Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat membawa dampak positif pada bisnis tersebut.

2.3 KUALITAS PELAYANAN

2.3.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Kualitas layanan yang baik harus mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan, serta memberikan pengalaman yang positif dan memuaskan bagi pelanggan. Hal ini meliputi segala aspek yang berhubungan dengan pelayanan, seperti kecepatan, kemudahan, keandalan, ketepatan waktu, dan kesopanan dalam memberikan pelayanan. Kualitas layanan juga dapat diukur melalui berbagai metode, seperti survei kepuasan pelanggan, observasi langsung, atau penggunaan indikator kinerja pelayanan tertentu.

Menurut Tjiptono (2006), kualitas layanan adalah upaya dalam memenuhi harapan pelanggan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kualitas layanan juga dapat didefinisikan sebagai kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan dalam memberikan pelayanan. Kualitas layanan mencakup aspek-aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati. Keseluruhan aspek tersebut harus dipenuhi dengan baik oleh perusahaan untuk dapat memberikan kualitas layanan yang memuaskan pelanggan.

2.3.2 Mengukur Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2011), pengukuran kualitas layanan dapat dilakukan dengan menggunakan lima dimensi kualitas layanan, yaitu:

- **Bukti Fisik (*Tangibles*):** dimensi ini berkaitan dengan aspek-aspek fisik yang menunjang penyediaan layanan, seperti penampilan fisik pegawai, fasilitas fisik, alat dan peralatan, dan lain sebagainya.

- Keandalan (*Reliability*): dimensi ini berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan secara konsisten dan dapat diandalkan, misalnya ketepatan waktu dalam memberikan layanan dan kemampuan mengatasi masalah jika terjadi ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan.
- Daya Tanggap (*Responsiveness*): dimensi ini berkaitan dengan kecepatan dan kemauan penyedia layanan untuk merespons kebutuhan dan permintaan pelanggan, misalnya kecepatan dalam menanggapi pertanyaan dan keluhan pelanggan.
- Jaminan (*Assurance*): dimensi ini berkaitan dengan keyakinan pelanggan terhadap kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang sesuai dengan yang diharapkan, seperti kompetensi pegawai dalam memberikan layanan dan ketersediaan informasi mengenai layanan.
- Empati (*Empathy*): dimensi ini berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan untuk memahami dan merespon kebutuhan dan perasaan pelanggan, misalnya sikap ramah dan peduli terhadap kebutuhan pelanggan.

Pengukuran kualitas layanan dapat dilakukan dengan menggunakan metode survey atau wawancara untuk mendapatkan persepsi pelanggan mengenai lima dimensi kualitas layanan tersebut.

2.4 Penelitian Terdahulu

No.	Keterangan	Metode	Hasil
1.	Penulis: Fahrainsyah Wahyu Putra, Eka Sulistyawati. Fakultas Ekonomi Universitas Udayana	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas

	(Unud), Bali, Indonesia, 2018. Judul: Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Rumah Makan Bakmi Tungku Di Kabupaten Badung). Publikasi: unud.ac.id		layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Penulis: Muhammad Fahmi Alfaridzi, Meita Santi Budiani. Jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu Pendidikan, UNESA, 2021 Judul: Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan X. Publikasi: E-Journal Unesa.	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah hubungan antara kedua variable tersebut terbukti searah dengan hasil yang diperoleh bahwa semakin tingginya kualitas pelayanan yang diberikan pihak rumah makan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen rumah makan tersebut.
3.	Penulis: Niken Nanincova. Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Layanan

	Ekonomi, Universitas Kristen Petra, 2019. Judul: Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. Publikasi: Jurnal Petra		terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro.
4.	Penulis: Asep Jamaludin. Program Studi Manajemen, Buana Perjuangan Karawang University, 2018. Judul: Analisis Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang. Publikasi: Journal UBP Karawang.	Kuantitatif	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Makan Padang Sederhana Karawang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning, yang berlokasi di Jl. Manyar kertoarjo no 10 Surabaya.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 4 bulan, dimana dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Waktu Pelaksanaan Penelitian

Tahapan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan												
	Maret				April				Mei				Juni
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1
Menentukan topik Tugas Akhir													
Menentukan judul Tugas Akhir													
Bimbingan Tugas Akhir													
Pengumpulan data primer													
Pengolahan data													
Penyusunan Tugas Akhir													

3.2 Bahan dan Alat Penelitian

Bahan:

1. Data kuisisioner yang telah diisi oleh pelanggan Rumah Makan Pecel Madiun Mbak Naning.

Alat:

1. Kertas
2. Bolpoin
3. Laptop
4. Ms. Excel
5. Aplikasi SPSS

3.3 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan salah satu metode yang umum digunakan oleh peneliti untuk mencari solusi dan mencapai tujuan penelitian. Keberhasilan penelitian sangat tergantung pada pendekatan yang tepat dan terarah, sehingga memainkan peran penting bagi peneliti. Dalam penelitian kali ini, peneliti menggunakan jenis pendekatan penelitian kuantitatif.

3.3.1 Pendekatan Kuantitatif

Menurut Sugiyono (2018) data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkret), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Untuk penelitian kali ini peneliti akan menggunakan kedua data yang umum untuk digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data asli hasil kuisioner.

3.4.2 Data Sekunder

Sedangkan data sekunder pada penelitian ini berasal dari buku, jurnal, penelitian terdahulu dan literature lainnya.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik penelitian yang dipilih oleh penulis ialah dengan kuisioner.

3.5.1 Kuisioner

Kuisioner adalah Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis kepada responden yang melakukan pembelian di Rumah makan Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya untuk diisi agar memperoleh jawaban langsung dari pelanggan.

3.6 Populasi dan Sampel

A. Populasi

Menurut Sugiyono (2012) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang makan di Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

B. Sampel

Menurut Sugiyono (2008) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini, rumus menentukan sampel menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = sampel minimum

N – sampel populasi

e = persentase batas toleransi (margin of error)

Perhitungan besar sample:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{1740}{1 + 1740 \cdot 0,1^2} \\ n &= \frac{1740}{18,4} = 95 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, ditentukan jumlah responden menjadi 95 orang.

3.7 Metode Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling tepatnya accidental sampling yaitu yaitu suatu metode penentuan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan

ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmodjo, 2010).

3.8 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam pengukuran data penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2000:86), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert digunakan karena skala ini merupakan teknik pengukuran sikap yang paling luas yang biasa digunakan dalam riset pemasaran. Skala ini memungkinkan responden untuk mengekspresikan intensitas perasaan mereka. Melalui skala Likert ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi variabel, kemudian dimensi tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun indikator yang dapat berupa pertanyaan. Menurut Sugiyono (2000), data yang diperoleh skala Likert ini adalah data interval. Analisis yang dilakukan dengan meminta responden untuk menjawab atau memberikan penilaian terhadap suatu konsep atau objek tertentu. Skala yang digunakan adalah 1 sampai 5.

Tanggapan atau pendapat yang dinyatakan dalam rentang nilai 1 sampai dengan 5, dimana nilai 1 menunjukkan nilai terendah dan nilai 5 menunjukkan nilai tertinggi. Jawaban dengan nilai antara 1-3 berarti cenderung tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan, sedangkan jawaban dengan nilai antara 3-5 cenderung setuju.

3.8.1 Skala Indikator

Tabel 3.2 Skala Likert

No.	Keterangan	Bobot Nilai
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Cukup	3

4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif, dilakukan dengan cara mendeskripsikan dan menjelaskan data yang peneliti temukan di lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif dimana peneliti berupaya untuk memberikan gambaran secara sistematis tentang kenyataan yang ada dan unit penelitian secara akurat dan sesuai fakta yang ada. Data analisis yang terkumpul tertumpu pada skor responden yang akan dihitung dan ditabulasikan. Peneliti akan memberikan kesimpulan mengenai jawaban kuesioner berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

3.9.2 Mean

Menurut Sutisna (2020) Mean atau rata-rata merupakan sebuah metode untuk menggambarkan kelompok berdasarkan nilai rata-ratanya. Untuk mencari mean dari sebuah kumpulan data tunggal, dapat dilakukan dengan menjumlahkan semua nilai data tersebut dan membaginya dengan jumlah data yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Microsoft Excel dan rumus average untuk menghitung mean dari variabel yang diamati.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{x - y}{b}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Keterangan :

RS = Rentan Skala

X = Skor Tertinggi

Y = Skor Terendah

B = Jumlah Kelas atau kategori yang akan dibuat

Tabel 3.3 Nilai Kategori

Besaran	Kategori
Sangat Rendah	$1.00 < X < 1.80$
Rendah	$1.80 < X < 2.60$
Cukup	$2.60 < X < 3.40$
Tinggi	$3.40 < X < 4.20$
Sangat Tinggi	$4.20 X < 5.00$

3.10 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Hasil pengumpulan data yang didapat dari kuesioner harus diujikan validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian dikatakan valid, bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2008:348) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Hasil penelitian dikatakan reliable bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, artinya instrumen yang memiliki reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama juga (Sugiyono:2008:348).

Instrumen yang baik tidak bersifat mengarahkan responden untuk memilih jawaban tertentu sebagaimana yang dikehendaki oleh peneliti. Untuk menguji apakah instrumen tersebut reliable dilihat dari nilai composite. Reliability blok indikator yang mengukur suatu konstruk dan juga nilai cronbach alpha. Jika nilai composite reliability maupun cronbach alpha diatas 0,60 berarti nilai konstruk dinyatakan reliabel (Ghozali:2008:43).

3.11 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variable dengan memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono,2004). Berdasarkan telaah pustaka dan perumusan hipotesis, maka identifikasi dan definisi variabel-variabel dalam penelitian ini pada umumnya dibedakan ke dalam dua jenis yaitu variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable).

Untuk mengukur kualitas pelayanan dapat menggunakan dimensi dan indikator kualitas pelayanan Menurut Tjiptono & Chandra (2011) mengungkapkan ada lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan yaitu :

Tabel 3.4 Indikator Variabel Penilaian

Variable	Dimensi	Indikator
Kualitas Pelayanan	<i>Realibility</i> (Keandalan)	- Produk yang dibuat sesuai dengan pesanan

		- Waktu yang diperlukan untuk membuat pesanan cepat. - Nilai struk pembayaran sesuai dengan produk yang dipesan.
Kualitas Pelayanan	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	- Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan. - Karyawan bertanggung jawab pada ketepatan pemilihan menu makanan. - Karyawan membantu pelanggan yang ragu dalam melakukan pemesanan.
Kualitas Pelayanan	<i>Assurance</i> (Jaminan)	- Karyawan menguasai tentang produk yang dijual. - Karyawan selalu berbicara sopan pada pelanggan. - Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan.
Kualitas Pelayanan	<i>Emphaty</i> (Empati)	- Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan pelanggan. - Karyawan mau mendengarkan keluhan konsumen. - Karyawan menanggapi keluhan konsumen dengan baik

Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (Berwujud)	- Perlengkapan rumah makan seperti meja, kursi, peralatan makan dan minuman yang bersih. - Pakaian yang dikenakan karyawan rapi. - Kemudahan tempat parkir.
--------------------	-------------------------------	---

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan dan Jenis Usaha

4.1.1 Profil Rumah Makan “Pecel Madiun Mbak Naning”

Rumah makan “Pecel Madiun Mbak Naning” yang berdiri sejak tahun 2006 merupakan salah satu rumah makan terkenal yang terletak di JL. Manyar Kertoarjo No.10 Surabaya dengan jam buka setiap hari mulai pukul 06.30 WIB sampai dengan pukul 11.00 WIB. Rumah makan ini menjual makanan tradisional khas kota Madiun yaitu Nasi Pecel dengan berbagai macam lauk dan minuman. Harga yang ditawarkan oleh Rumah makan “Pecel Madiun Mbak Naning” juga terjangkau oleh konsumen dan variatif. Selain menu yang beragam, fasilitas dan pelayanan juga diperhatikan oleh pemilik rumah makan ini. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas pelayanan, harga, maupun kualitas produk, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya.

4.1.2 Jenis Usaha

Rumah makan “Pecel Madiun Mbak Naning” merupakan suatu wirausaha yang bergerak di bidang kuliner yang menjual makanan tradisional.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis Statistik De

Gambaran statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran jawaban responden berdasarkan nilai penyebaran kuesioner.

a. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Dari 95 responden yang menjawab kuesioner yang telah diberikan dapat diketahui data dari responden yakni pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	58	60%
2	Perempuan	37	40%
Total		95	100%

Sumber: Data kuesioner diolah 2023

b. Deskripsi responden berdasarkan kelompok umur

Dari 95 responden yang menjawab kuesioner yang telah diberikan dapat diketahui usia para responden yaitu pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Presentase
1	17-22	10	12%
2	23-29	36	38%
3	>30	49	50%
Total		95	100%

4.3 Hasil uji validitas

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas

Variabel X1	r Hitung	r Tabel 5% (95)	Sig Pearson	Keterangan
X1.1	0,551	0,202	0,001	Valid
X1.2	0,780	0,202	0,001	Valid
X1.3	0,684	0,202	0,001	Valid

Variabel X2	r Hitung	r Tabel	Sig Pearson	Keterangan
X2.1	0,613	0,202	0,001	Valid
X2.2	0,725	0,202	0,001	Valid
X2.3	0,804	0,202	0,001	Valid
Variabel X3	r Hitung	r Tabel	Sig Pearson	Keterangan
X3.1	0,766	0,202	0,001	Valid
X3.2	0,783	0,202	0,001	Valid
X3.3	0,700	0,202	0,001	Valid
Variabel X4	r Hitung	r Tabel	Sig Pearson	Keterangan
X4.1	0,736	0,202	0,001	Valid
X4.2	0,789	0,202	0,001	Valid
X4.3	0,765	0,202	0,001	Valid
Variabel X5	r Hitung	r Tabel	Sig Pearson	Keterangan
X5.1	0,480	0,202	0,001	Valid
X5.2	0,480	0,202	0,001	Valid
X5.3	0,783	0,202	0,001	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 diatas hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa item indikator yang mengukur masing-masing variabel menghasilkan koefisien validitas yaitu $r \text{ Hitung} > r \text{ Tabel}$. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan adalah valid.

4.4 Hasil uji reliabilitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's alpha	keterangan
X	0,814	Reliable

Berdasarkan hasil dari table 4.2 di atas, hasil uji reabilitas yang dilakukan pada hasil kuisioner dari 95 responden menunjukkan variable menghasilkan nilai (nilai alpha cronbach's > 0,60), maka kuisioner dinyatakan realible.

4.5 Hasil Tabulasi Data

4.5.1 Variabel Realibility

Variabel Realibility dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan yang disebarkan melalui kuesioner. Tanggapan responden kemudian diukur dan dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.5 Variabel Tangibels

Item	Pertanyaan	1		2		3		4		5		Rata-rata
		STS		TS		C		S		SS		
X.1.1	Makanan yang dibuat sesuai	0	0 %	0	0 %	7	7,3 %	53	55,7 %	35	36,8 %	4,2

	dengan pesanan											
X.1.2	Anda tidak terlalu lama mengantri dari awal memesan sampai makanan disajikan	6	6,3 %	28	29,4 %	20	21 %	33	34,7 %	8	8,4 %	3
X.1.3	Anda membayar sesuai dengan makanan yang anda pesan	0	0 %	1	1 %	8	8,4 %	57	60 %	29	30,5 %	4,2
Rata – rata skor <i>realibility</i>												3,8

Hasil table 4.3 terkait tanggapan 95 responden mengenai variable *realibility* menunjukkan bahwa pada kuesioner X.1.1 (Makanan yang dibuat sesuai dengan pesanan) dinyatakan 7 orang cukup setuju dengan persentase 7,3%, 53 orang setuju dengan persentase 55,7%, dan 35 orang sangat setuju dengan persentase 36,8%, Sehingga, disimpulkan bahwa terdapat 99,8% responden menyatakan setuju bahwa Makanan yang dibuat sesuai dengan pesanan.

Pada kuesioner X.1.2 (Anda tidak terlalu lama mengantri dari awal memesan sampai makanan disajikan) dinyatakan 6 orang sangat tidak setuju dengan persentase 6,3%, 28 orang tidak setuju dengan persentase 29,4%, 20 orang cukup setuju dengan persentase

21%, 33 orang setuju dengan persentase 34,7%., dan 8 orang sangat setuju dengan presentase 8,4. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa 43,1 % setuju Makanan yang dibuat sesuai dengan pesanan.

Pada kuesioner X.1.3 (Anda membayar sesuai dengan makanan yang anda pesan) dinyatakan bahwa 1 orang tidak setuju dengan persentase 1%, 8 orang cukup setuju dengan persentase 8,4%, 57 orang setuju dengan persentase 60%, 29 orang sangat setuju dengan persentase 30,5%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa 98,8% setuju konsumen membayar sesuai dengan makanan yang anda pesan. Berdasarkan dari tiga pernyataan yang digunakan dalam variabel tangible diperoleh rata-rata 3,8 yang berarti variabel realibility berperan baik dalam membentuk kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

4.5.2 Variabel Responsiveness

Variabel responsiveness dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan yang disebarakan melalui kuesioner. Tanggapan responden kemudian diukur dan dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.6 Variabel Responsiveness

Item	Pertanyaan	1		2		3		4		5		Rata-rata
		STS		TS		C		S		SS		
X.2.1	Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan	0	0	0	0	19	20	59	62,1	17	17,8	3,9

X.2.2	Karyawan bertanggung jawab pada ketepatan pemilihan menu makanan	0	0	1	1	17	17,8	59	62,1	18	18,9	3,9
X.2.3	Karyawan membantu anda yang ragu dalam melakukan pemesanan	0	0	15	15,7	29	30,5	33	34,7	18	18,9	3,5
Rata – rata skor <i>responsiveness</i>												3,8

Hasil table 4.4 terkait tanggapan 95 responden mengenai variable *responsiveness* menunjukkan bahwa pada kuesioner X.2.1 (Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan) dinyatakan 19 orang cukup setuju dengan persentase 20%, 59 orang setuju dengan persentase 62,1%, dan 17 orang sangat setuju dengan persentase 17,8%, Sehingga, disimpulkan bahwa terdapat 99,9% responden menyatakan setuju bahwa Karyawan cepat tanggap dalam memberikan pelayanan.

Pada kuesioner X.2.2 (Karyawan bertanggung jawab pada ketepatan pemilihan menu makanan) dinyatakan 1 orang tidak setuju dengan persentase 1%, 17 orang cukup setuju dengan persentase 17,8%, 59 orang setuju dengan persentase 62,1%, 18 orang sangat setuju dengan persentase 18,9%. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa 98,8 % setuju bahwa Karyawan bertanggung jawab pada ketepatan pemilihan menu makanan.

Pada kuesioner X.1.3 (karyawan membantu anda yang ragu dalam melakukan pemesanan) dinyatakan bahwa 15 orang tidak setuju dengan persentase 15,7%, 29 orang cukup setuju dengan persentase 30,5%, 33 orang setuju dengan persentase 34,7%, 18

orang sangat setuju dengan persentase 18,9%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa 84,1% setuju (karyawan membantu anda yang ragu dalam melakukan pemesanan. Berdasarkan dari tiga pernyataan yang digunakan dalam variabel responsiveness diperoleh rata-rata 3,8 yang berarti variabel responsiveness berperan baik dalam membentuk kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

4.5.3 Variabel Assurance

Variabel assurance dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan yang disebarakan melalui kuesioner. Tanggapan responden kemudian diukur dan dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.7 Variabel Assurance

Item	Pertanyaan	1		2		3		4		5		Rata-rata
		STS		TS		C		S		SS		
X.3.1	Karyan menguasai tentang menu yang dibuat	0	0	3	3,1	14	14,7	53	55,7	25	26,3	4
X.3.2	Karyawan selalu bersikap sopan saat melakukan pelayanan	0	0	1	1	15	15,7	58	61	21	22,1	4
X.3.3	Anda merasa aman saat	0	0	12	2,1	10	10,5	56	58,9	27	28,4	4,1

	melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan											
Rata – rata skor <i>assurance</i>												4

Hasil table 4.5 terkait tanggapan 95 responden mengenai variable responsiveness menunjukkan bahwa pada kuesioner X.3.1 (Karyawan menguasai tentang menu yang dibuat) dinyatakan 3 orang tidak setuju dengan persentase 3,1%, 14 orang cukup setuju dengan persentase 14,7%, dan 53 orang sangat setuju dengan persentase 55,7%, dan 25 orang sangat setuju dengan persentase 26,3%. Sehingga, disimpulkan bahwa terdapat 96,7 % responden menyatakan setuju bahwa Karyawan menguasai tentang menu yang dibuat

Pada kuesioner X.3.2 (Karyawan selalu bersikap sopan saat melakukan pelayanan) dinyatakan 1 orang tidak setuju dengan persentase 1%, 15 orang cukup setuju dengan persentase 15,7%, 58 orang setuju dengan persentase 61%, 21 orang sangat setuju dengan persentase 22,1%. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa 98,8 % setuju bahwa Karyawan selalu bersikap sopan saat melakukan pelayanan

Pada kuesioner X.1.3 (Anda merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan) dinyatakan bahwa 12 orang tidak setuju dengan persentase 2,1%, 10 orang cukup setuju dengan persentase 10,5%, 56 orang setuju dengan persentase 58,9%, 27 orang sangat setuju dengan persentase 28,4%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa 97,8% setuju bahwa konsumen merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan Berdasarkan dari tiga pernyataan yang digunakan dalam variabel assurance diperoleh rata-rata 4 yang berarti variabel assurance berperan baik dalam membentuk kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

4.5.4 Variabel *Emphaty*

Variabel *emphaty* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan yang disebarakan melalui kuesioner. Tanggapan responden kemudian diukur dan dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.8 Variabel *Emphaty*

Item	Pertanyaan	1		2		3		4		5		Rata-rata
		STS		TS		C		S		SS		
X.4.1	Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan pelanggan	0	0	9	9,4	25	26,3	52	54,7	9	9,4	3,6
X.4.2	Karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan	0	0	5	5,2	29	30,5	49	51,5	12	12,6	3,7
X.4.3	Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik	0	0	2	2,1	26	27,3	53	55,7	14	14,7	3,8
Rata – rata skor <i>emphaty</i>												3,7

Hasil tabel 4.6 terkait tanggapan 95 responden mengenai variable responsiveness menunjukkan bahwa pada kuesioner X.4.1 (Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan pelanggan) dinyatakan 9 orang tidak setuju dengan persentase 9,4%, 25 orang cukup setuju dengan persentase 26,3%, dan 52 orang sangat setuju dengan persentase 54,7%, dan 9 orang sangat setuju dengan persentase 9,4%. Sehingga, disimpulkan bahwa terdapat 90,4 % responden menyatakan setuju bahwa Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan pelanggan.

Pada kuesioner X.4.2 (Karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan) dinyatakan 5 orang tidak setuju dengan persentase 5,2%, 29 orang cukup setuju dengan persentase 30,5%, 49 orang setuju dengan persentase 51,5%, 12 orang sangat setuju dengan persentase 12,6%. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa 94,6 % setuju bahwa Karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan.

Pada kuesioner X.4.3 (Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik) dinyatakan bahwa 2 orang tidak setuju dengan persentase 2,1%, 26 orang cukup setuju dengan persentase 27,3%, 53 orang setuju dengan persentase 55,7%, 14 orang sangat setuju dengan persentase 14,7%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa 97,7% setuju bahwa Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik. Berdasarkan dari tiga pernyataan yang digunakan dalam variabel *emphaty* diperoleh rata-rata 3,7 yang berarti variabel *emphaty* berperan baik dalam membentuk kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

4.5.5 Variabel *Tangible*

Variabel *tangible* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan tiga item pertanyaan yang disebarakan melalui

kuesioner. Tanggapan responden kemudian diukur dan dianalisis sebagai berikut:

Tabel 4.9 Variabel *Tangible*

Item	Pertanyaan	1		2		3		4		5		Rata-rata
		STS		TS		C		S		SS		
X.5.1	Perlengkapan rumah makan yang disediakan seperti meja, kursi, peralatan makan dan minuman yang bersih	0	0	4	4,2	11	11,5	53	55,7	27	28,4	4
X.5.2	Pakaian yang digunakan karyawan rapi dan bersih	0	0	9	9,4	30	31,5	43	45,2	13	13,6	3,6
X.5.3	Tersedia tempat parkir yang aman dan mudah	1	1	26	27,3	41	43,1	26	27,3	1	1	3
Rata – rata skor <i>tangible</i>												3,5

Hasil tabel 4.7 terkait tanggapan 95 responden mengenai variable tangible menunjukkan bahwa pada kuesioner X.5.1

(perlengkapan rumah makan yang disediakan seperti meja, kursi, peralatan makan dan minuman yang bersih) dinyatakan 4 orang tidak setuju dengan persentase 4,2%, 11 orang cukup setuju dengan persentase 11,5%, dan 53 orang sangat setuju dengan persentase 55,7%, dan 27 orang sangat setuju dengan persentase 28,4%. Sehingga, disimpulkan bahwa terdapat 95,6 % responden menyatakan setuju bahwa perlengkapan rumah makan yang disediakan seperti meja, kursi, peralatan makan dan minuman yang bersih.

Pada kuesioner X.5.2 (Pakaian yang digunakan karyawan rapi dan bersih) dinyatakan 9 orang tidak setuju dengan persentase 9,4%, 30 orang cukup setuju dengan persentase 31,5%, 43 orang setuju dengan persentase 45,2%, 13 orang sangat setuju dengan persentase 13,6%. Sehingga, bisa disimpulkan bahwa 94,6 % setuju bahwa Pakaian yang digunakan karyawan rapi dan bersih.

Pada kuesioner X.5.3 (tersedia tempat parkir yang aman dan mudah) dinyatakan bahwa 1 orang sangat tidak setuju dengan persentase 1%, 26 orang tidak setuju dengan persentase 27,3%, 41 orang cukup setuju dengan persentase 43,1%, 26 orang setuju dengan persentase 27,3% dan 1 orang sangat setuju dengan persentase 1% Sehingga, dapat disimpulkan bahwa 71,4% setuju bahwa Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik. Berdasarkan dari tiga pernyataan yang digunakan dalam variabel tangible diperoleh rata-rata 3,5 yang berarti variabel tangible berperan baik dalam membentuk kualitas layanan pada Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya.

4.6 Rata-rata Variabel

Berdasarkan hasil pengukuran kuesioner yaitu variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy berikut merupakan hasil pengolahan data dan rata-rata per variabel :

Tabel 4.10 Rata-rata variable

No.	Variabel	Rata-rata	Hasil
1	Realibility	3,8	Tinggi
2	Responssive	3,8	Tinggi
3	Assurance	4	Tinggi
4	Emphaty	3,7	Tinggi
5	Tangible	3,5	Tinggi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Realibility* (Keandalan)

Kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berdasarkan variabel *realibility* (keandalan) bisa dikategorikan tinggi dengan mendapatkan nilai rata – rata 3,8.

2. Variabel *Responsiveness* (Daya tanggap)

Kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berdasarkan variabel *responsiveness* (daya tanggap) bisa dikategorikan tinggi dengan mendapatkan nilai rata – rata 3,8.

3. Variabel *Assurance* (Jaminan)

Kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berdasarkan variabel *assurance* (daya tanggap) bisa dikategorikan tinggi dengan mendapatkan nilai rata – rata 4.

4. Variabel *Emphaty* (Empati)

Kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berdasarkan variabel *emphaty* (daya tanggap) bisa dikategorikan tinggi dengan mendapatkan nilai rata – rata 3,7.

5. Variabel *Tangible* (Bukti fisik)

Kualitas layanan yang dimiliki oleh Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning berdasarkan variabel *tangible* (daya tanggap) bisa dikategorikan tinggi dengan mendapatkan nilai rata – rata 3,5.

5.2 Saran

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan oleh khususnya pemilik Rumah Makan Nasi Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya antara lain sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dalam hal *Assurance* yaitu pada aspek jaminan pelayanan pada penelitian ini memiliki peran yang lebih besar sehingga rumah makan Pecel Madiun Mbak Naning Surabaya harus memastikan bahwa para karyawan mampu memberikan pelayanan yang prima terhadap pelanggan agar mendapatkan kepuasan yang maksimal.
2. Dengan berpandangan terhadap penelitian ini penerapan kualitas layanan dapat diharapkan menjadi lebih baik lagi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen yang mungkin telah beberapa kali membeli maupun baru sekali melakukan pembelian.
3. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain, memperluas jangkauan penelitian, dan menambah variabel penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Bob Sabran. 2012. Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2, ed. 13, Jakarta, PT. Erlangga
- Dutka, A. (2008). *AMA handbook for customer satisfaction : A complete guide to research, planning and implementation*. (International Edition), Lincolnwood Illionis : NTC Business Books
- Daryanto dan Setyobudi Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media
- Gilbert ,G.R., C. Veloutsou,M.M.M Goode, and L. MoutinHo. (2004). *Measuring customer satisfaction in the fast food industry: A cross national approach*. The journal of service Marketing 18, no 5 : 371-383.
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modelling*, Edisi II, Universitas Diponegoro, Semarang
- Hartono, Felita S. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*. (Vol.1 No.2 2013)
- Jimmy, Sugiono. (2013). Analisa Pengaruh *Service Quality, Food Quality*, dan *price* Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*. (Vol.1 No.2 2013)
- Kotler, dan Keller (2012) *Manajemen pemasaran*. Jilid kelima. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Tecnology, Strategy*. New Jersey.
- Millet, John D. 2012. *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Ratnasari Tri Ririn, Mastuti H Aksa. 2011 . *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit: Ghalia Indonesia
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- _____. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*, Bandung, Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Chandra. 2011. *Service Quality and Satisfaction (edisi 3)*. Yogyakarta. Andi
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI.

Sumber Internet:

- <https://www.depkip.go.id/download/profil-umkm-indonesia-2020>
- [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical engine-perekonomian-nasional-terus-mendapat-kan-dukungan-](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapat-kan-dukungan-)

[pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,t
otal%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional.
https://www.depkop.go.id/umkm/makro/62/rencana-aksi-nasional-
pengembangan-ekosistem
www.kemenkopukm.go.id
https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/07/makanan-nusantara-
jadi-kategori-terbanyak-yang-dijual-umkm-indonesia-pada-2022](#)

Lampiran 1 : Kuisioner

KUESIONER PENELITIAN

PERSEPSI KUALITAS LAYANAN PADA RUMAH MAKAN NASI PECEL MADIUN

MTAK NANING SURABAYA

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon diberi tanda checklist (✓) pada kolom jawaban Bapak/ Ibu/ Saudara/I anggap paling sesuai. Pendapat anda dinyatakan 5 alternatif yang memiliki makna :
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Semua pertanyaan mohon diisi dan jangan dilewatkan
4. Terima kasih atas partisipasi Anda.

1.5 Identitas Responden

1. No Responden :
2. Usia : ☐ 17-22 Tahun ☐ 23-29 Tahun ☐ > 30 Tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Apakah anda pernah membeli di “RM PECCEL MADIUN MTAK NANING” lebih dari 2 kali ?
 - o Ya, lanjutkan pengisian kuesioner
 - o Tidak

Contoh pengisian kuesioner

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Makanan yang dibuat sesuai dengan pesanan anda				✓	

ANGKET PENELITIAN**1. KUALITAS PELAYANAN (X)*****Reliability (keandalan)***

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Makanan yang dibuat sesuai dengan pesanan.					
	Anda tidak terlalu lama mengantri dari awal memesan sampai makanan disajikan.					
3	Anda membayar sesuai dengan makanan yang anda pesan.					

Responsiveness (Daya Tanggap)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.					
2	Karyawan bertanggung jawab pada ketepatan pemilihan menu makanan.					
3	Karyawan membantu anda yang ragu dalam melakukan pemesanan.					

Assurance (Jaminan)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan menguasai tentang menu yang dijual.					

2	Karyawan selalu bersikap sopan saat melakukan pelayanan.					
3	Anda merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran dengan karyawan.					

Emphaty (Empati)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Karyawan mampu memahami dengan baik keinginan pelanggan.					
2	Karyawan mau mendengarkan keluhan pelanggan.					
3	Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan baik.					

Tangible (Berwujud)

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Perlengkapan rumah makan yang disediakan seperti meja, kursi, peralatan makan dan minuman yang bersih.					
2	Pakaian yang dikenakan karyawan rapi dan bersih					
3	Tersedia tempat parkir yang aman dan mudah.					

Lampiran 2. Form Bimbingan Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS AIRLANGGA FAKULTAS VOKASI

Jl. Dharmawangsa Dalam No. 28-30 (Kampus B) Surabaya 60286 Telp. 031-5033869, 5053156, Fax. 99005114, Website: vokasi.unair.ac.id, email: info@vokasi.unair.ac.id

FORM BIMBINGAN TUGAS AKHIR (TA)

Nama Mahasiswa : Arderico Chelycor Alvarient

NIM : 151910813048

Judul TA : PERSEPSI KUALITAS LAYANAN RUMAH MAKAN NASI PECEL MADIUN MBAK NANING SURABAYA

Dosen Pembimbing : Edwin Fiatiano, S.Sos., M.Si.

Tanggal	Topik Konsultasi	Saran Dosen	TTD Mahasiswa	TTD Pembimbing
14 Maret 2023	Penentuan Topik	Boleh mengambil topik UMKm asalkan memenuhi syarat dan ketentuan		
28 Maret 2023	Pengumpulan Bab 1,2 dan 3	Disarankan untuk membuat latar belakang agar lebih kuat		
1 April 2023	Pengerjaan kembali bab 1	Mengganti Judul tugas akhir		
5 April 2023	Revisi bab 1	Diminta untuk menambahkan kalimat pada latar belakang		
27 April 2023	Bimbingan bab 1-2	Menambahkan tinjauan pustaka		
22 Mei 2022	Bimbingan bab 1-3	Diminta melanjutkan bab 4-5		
28 Mei 2022	Bimbingan bab 1-4	Memperbaiki Bab 4		
2 Juni 2023	Bimbingan bab 1-5	Presentasi tugas akhir		

