

ABSTRAK

Ciz resto Surabaya merupakan restoran yang menyediakan makanan olahan keju di Surabaya yang telah berdiri sejak 2017. Ciz resto Surabaya berlokasi di Jalan Ngagel Madya No. 46, Ngagel, Surabaya dengan waktu buka setiap hari pada pukul 10.00 – 21.30 WIB. Dalam persaingan bisnis restoran yang sangat ketat saat ini, membuat Ciz resto Surabaya perlu melakukan perbaikan terus menerus terhadap kualitas layanan yang mereka miliki serta strategi pemasaran yang mereka jalankan. Selain itu, dikarenakan mulai banyaknya restoran keju di Surabaya membuat pelanggan Ciz resto Surabaya memberikan berbagai macam komplain serta ulasan ketidakpuasan secara langsung maupun melalui *website*. Dengan kurangnya inovasi strategi pemasaran yang digunakan Ciz resto Surabaya saat ini juga membuat jumlah pelanggan Ciz resto Surabaya berkurang.

Oleh sebab itu, untuk mulai memperbaiki kualitas layanan dan strategi pemasarannya maka Ciz resto Surabaya perlu mengetahui kepuasan pelanggan saat ini serta apa saja kebutuhan-kebutuhan pelanggan yang harus dipenuhi. Berdasarkan hal tersebut, maka metode yang digunakan untuk memperbaiki kualitas layanan yang ada pada Ciz resto Surabaya menggunakan *SERVQUAL*, analisis *DINESERV*, Kano, dan QFD. Untuk memperbaiki strategi pemasaran pada Ciz resto Surabaya, maka metode yang digunakan ialah STP dan *Marketing Mix* lalu dilakukan *screening* untuk mendapatkan strategi yang sesuai dengan SWOT Ciz resto Surabaya menggunakan metode *SWOT analysis*. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada Ciz resto Surabaya, mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki pada Ciz resto Surabaya, memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan pada Ciz resto Surabaya, dan Merancang strategi pemasaran yang tepat bagi Ciz resto Surabaya.

Langkah-langkah dari penelitian ini diawali dengan pengamatan awal untuk mengetahui permasalahan yang ada, lalu mengidentifikasi dan merumuskan masalah dari seluruh hasil pengamatan, selanjutnya melakukan studi kepustakaan untuk menunjang penelitian ini. Setelah itu, dilakukan pengumpulan data dan pengolahan data serta analisis hasil untuk mendapatkan usulan-usulan perbaikan yang sesuai dan tepat. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan 3 tahap yaitu wawancara kepada pelanggan Ciz resto Surabaya, penyebaran kuesioner pra-sampling kepada 30 responden, dan penyebaran kuesioner sampling kepada 100 responden. Setelah merekap hasil kuesioner yang didapat, selanjutnya dilakukan perhitungan *gap 5* dan nilai skor kepuasan pada masing-masing atribut. Setelah itu, dilakukan penentuan kategori atribut layanan sesuai atribut Kano. Namun, yang akan masuk ke dalam analisis HOQ sebagai prioritas utama untuk diperbaiki ialah atribut layanan *SERVQUAL* yang telah diintegrasikan dengan Kano yang berkategori *attractive* dan *one dimensional*. Dari 20 atribut layanan, terdapat 6 atribut layanan yang masuk kedalam prioritas utama untuk diperbaiki yaitu “Karyawan mengucapkan selamat datang, terimakasih, dan permintaan maaf apabila ada kesalahan kepada pelanggan”, “Ruang makan selalu bersih dan nyaman”, “Waktu pelayanan yang cepat”, “Memiliki toilet dan wastafel yang bersih”, “Desain interior Ciz resto Surabaya yang menarik”, dan “Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan saat kondisi ramai pengunjung”.

Dengan menggunakan metode QFD, terdapat 7 usulan perbaikan kualitas layanan yaitu jaminan gerakan 5S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun), pengadaan standar pelayanan, pembuatan *to do list* restoran, pengadaan evaluasi kinerja karyawan, pengadaan *briefing* mingguan kepada karyawan, pengaturan jumlah karyawan tiap harinya, dan pemberian garansi pelayanan. Sedangkan dengan menggunakan STP, *marketing mix*, dan *SWOT analysis* terdapat 8 usulan perbaikan strategi pemasaran yaitu *Update* informasi dan promo di media sosial Ciz resto Surabaya, memanfaatkan akun instagram lain untuk promosi, bekerjasama dengan *supplier* terpercaya yang bersedia menyuplai bahan baku yang murah dan berkualitas baik, mengadakan pembaruan menu setiap waktu yang lebih inovatif, memperketat SOP masak, penetapan harga berdasarkan *competition-based pricing*, *benchmarking* dengan tempat makan lain, dan jaminan waktu tunggu makanan.

Kata Kunci: *SERVQUAL*, *DINESERV*, Kano, QFD, *Marketing*