

ABSTRAK

Restoran Mr.Suprek adalah restoran yang memiliki kepanjangan dari susu dan ayam geprek ini pertama kali dibuka tahun 2015 sebagai pelopor ayam geprek di Kota Pahlawan Surabaya. Restoran Mr.Suprek merupakan restoran menjual ayam geprek dan susu segar sebagai produk utama mereka. Restoran Mr.Suprek yang menjadi tempat penelitian adalah di Jalan Raya Tenggilis Mejoyo No.AA 12, Kali Rungkut.

Restoran Mr.Suprek harus selalu siap dalam menghadapi persaingan, karena saat ini banyak restoran baru yang bermunculan dengan tema sama dan perkembangannya bisa lebih cepat. Restoran Mr.Suprek merasa bahwa memiliki restoran dengan menu yang murah dan enak saja tidak cukup merebut pangsa pasar dan menjadi sebuah masalah dalam meningkatkan pertumbuhan jumlah pelanggan. Sehingga salah satu cara mengatasinya yaitu dengan berfokus pada kepuasan pelanggan. Aspek yang perlu ditingkatkan adalah aspek kualitas layanan yang terkait dengan pelanggan menggunakan pendekatan integrasi metode *SERVQUAL*, Kano dan QFD. Perancangan strategi pemasaran dibuat berdasarkan analisis SWOT dan *Extended Marketing Mix* yang berguna untuk meningkatkan jumlah pelanggan.

Langkah-langkah penelitian dimulai dengan melakukan pengamatan awal berupa wawancara, survey dan observasi langsung pada layanan yang terdapat pada restoran Mr.Suprek. Setelah itu dilakukan penyebaran kuesioner kepada 100 orang konsumen, serta penyebaran kuesioner pemasaran kepada 38 orang pelanggan potensial. Data hasil dari kuesioner ini nantinya akan diolah dan didapatkan hasil dari 20 atribut layanan terdapat 8 atribut layanan yang perlu diperbaiki. Dengan menggunakan analisis SWOT menghasilkan 5 usulan strategi perbaikan kualitas layanan dan 4 usulan strategi pemasaran. Strategi usulan perbaikan kualitas layanan adalah menambahkan area parkir dan merekrut juru parkir untuk merapikan kendaraan dan mengoptimalkan parkir yang tersedia, meningkatkan fasilitas di restoran, memberikan training bagi karyawan, memberi contoh desain bangunan dan peralatan interior yang cocok di restoran, melakukan *briefing* bersama sebelum jam buka restoran dan mengadakan evaluasi sebelum jam pulang. Strategi usulan pemasaran adalah mengadakan event-event atau promo produk, membuat aplikasi pemasaran untuk Mr.Suprek, menciptakan inovasi-inovasi varian menu yang baru, dan melakukan pemasaran produk melalui media online, seperti Instagram, dll. Strategi-strategi kualitas layanan akan dianalisis dengan menggunakan QFD. Kemudian strategi usulan pemasaran akan dianalisis kedalam *Extended Marketing Mix (7P)* dengan ditunjang oleh data hasil penyebaran kuesioner pemasaran.

Kata kunci: SERVQUAL, Kano, QFD, usulan perbaikan, strategi pemasaran