ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE KANO DI WARUNG DEDY DESA SANDA KECAMATAN PUPUAN KABUPATEN TABANAN

CONSUMER SATISFACTION WITH SERVICE QUALITY AT WARUNG DEDY IN SANDA VILLAGE, PUPUAN DISTRICT, TABANAN REGENCY BASED ON THE KANO METHOD

I Putu Andi Hendrawan, I Ketut Satriawan, Ni Putu Suwariani
Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran, Badung, Indonesia, Kode Pos: 80361; Telp/Fax: (0361) 701801
Email: satriawan@unud.ac.id

Diterima 12 Agustus 2026 / Disetujui 23 Oktober 2026

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. Oleh karena itu, Warung Dedy perlu mengetahui atribut pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam menentukan prioritas perbaikan pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan serta merumuskan strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Warung Dedy, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Kano, yang mampu mengelompokkan atribut pelayanan berdasarkan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan pendekatan survei menggunakan kuesioner Kano yang terdiri atas pertanyaan fungsional dan disfungsional. Sampel penelitian berjumlah 94 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam pengumpulan data penelitian utama, kemudian data hasil kuesioner dianalisis menggunakan Metode Kano untuk menentukan kategori setiap atribut pelayanan, serta dilakukan perhitungan koefisien *Better* dan *Worse*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan berada pada kategori *One Dimensional* (O), yang berarti tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Atribut yang memiliki pengaruh terbesar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah keramahan dan kesopanan pelayan, sedangkan atribut yang paling berpotensi menimbulkan ketidakpuasan apabila tidak terpenuhi adalah kebersihan ruangan. Berdasarkan analisis *Better* dan *Worse*, prioritas perbaikan pelayanan meliputi kebersihan ruangan, keramahan dan kesopanan pelayan, kemampuan merespon keluhan pelanggan, kesabaran pelayan, serta ketepatan pencatatan pesanan dan proses pembayaran. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Warung Dedy dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, kualitas layanan, Metode Kano, Warung Dedy, *better and worse*

ABSTRACT

Service quality is a crucial factor influencing customer satisfaction in the culinary business. Therefore, Warung Dedy needs to identify the service attributes that most significantly impact customer satisfaction to establish priorities for service improvement. This study aims to analyze customer satisfaction levels regarding service quality and to formulate strategies for enhancing customer satisfaction at Warung Dedy, located in Pupuan District, Tabanan Regency. The study employs the Kano Method, which categorizes service attributes based on their impact on customer satisfaction. A survey approach was used, utilizing a Kano questionnaire comprising both functional and dysfunctional questions. The sample consisted of 94 respondents selected through purposive sampling. The research instrumen was tested for validity and reliability before being used in the main data collection, then the questionnaire data were analyzed using the Kano Method to determine the category of each service attribute, and Better and Worse coefficients were calculated. The results indicate

*email korespondensi : satriawan@unud.ac.id

that all service attributes fall into the One-Dimensional (O) category, meaning customer satisfaction levels are strongly influenced by the quality of service provided. The attribute with the greatest impact on increasing customer satisfaction is the friendliness and politeness of the staff, while the attribute most likely to cause dissatisfaction if unmet is the cleanliness of the premises. Based on the Better and Worse analysis, service improvement priorities include premises cleanliness, staff friendliness and politeness, the ability to respond to customer complaints, staff patience, and accuracy in order recording and payment processing. These findings are expected to serve as a reference for Warung Dedy in continuously improving service quality and customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Kano Method, Warung Dedy, Better and Worse
Email : Kadekandi214@gmail.com

PENDAHULUAN

Keindahan alam, kekayaan budaya, serta beragam kuliner khas Pulau Bali seperti *Entil*, tipat cantok, tipat blayag, dan sate plecing merupakan daya tarik utama yang membedakan Bali dari daerah lainnya. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2018) menetapkan tiga destinasi wisata kuliner utama di Indonesia, yaitu Joglosemar (Yogyakarta, Solo, Semarang), Bandung, dan Bali (Senja dan Nursastri, 2018). Kuliner tradisional Bali merupakan warisan budaya yang diturunkan secara turun-temurun dan diolah dengan perpaduan bahan pangan serta bumbu khas Bali (basa genep). Kombinasi tersebut menciptakan cita rasa yang unik dan membedakan kuliner Bali dari daerah lain (Ariani dan Sutaguna, 2018). Salah satu kuliner khas Bali yang masih dilestarikan hingga kini adalah *Entil*.

Entil pada awalnya dikenal sebagai makanan tradisional khas Kabupaten Karangasem, khususnya Desa Tenganan. Entil memiliki keterkaitan erat dengan tradisi dan aktivitas budaya masyarakat setempat (Trimandala dan Kiskenda, 2023). Namun, seiring waktu, makanan ini menyebar ke berbagai wilayah di Bali, termasuk Tabanan. Penyebaran tersebut terjadi melalui perpindahan penduduk, aktivitas perdagangan, ikatan sosial seperti perkawinan, serta pelaksanaan upacara keagamaan, antara lain Galungan dan Kuningan. Tabanan yang dikenal sebagai daerah agraris memiliki ketersediaan bahan baku seperti beras dan daun telengidi yang memiliki tekstur tebal yang tidak mudah robek dan memberikan aroma segar serta sensasi rasa mint pada makanan, sehingga proses pembuatan Entil dapat dengan mudah diterima dan diadaptasi oleh masyarakat setempat. Saat ini, Entil tidak hanya berfungsi sebagai makanan tradisional, tetapi juga menjadi bagian dari identitas kuliner daerah yang berkontribusi terhadap pengembangan usaha kuliner berbasis kearifan lokal (Trimandala dan Kiskenda, 2023).

Salah satu tempat yang dikenal menyajikan *Entil* adalah Warung Dedy *Entil* Sanda, berlokasi di Br. Paka, Desa Sanda, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. Warung ini melayani pelanggan dengan sistem *dine-in* dan *take-away.* Warung ini menawarkan satu porsi *Entil* dengan harga Rp15.000 yang terdiri atas kuah, telur rebus, ayam suwir, sayur kacang, serundeng, dan keripik keladi Balipost (2022). Komposisi sajian tersebut mencerminkan karakteristik kuliner tradisional Bali yang menekankan keseimbangan rasa, tampilan, dan nilai budaya, serta menjadi daya tarik bagi konsumen lokal maupun wisatawan (Trimandala dan Kiskenda, 2023; Clara, 2026).

Pada tahun 2017–2019, warung ini memulai usahanya dari rumah dengan menyediakan layanan katering *Entil*. Pada awal tahun 2019, pemilik mulai melayani pelanggan secara *dine-in*. Berdasarkan wawancara dengan pemilik pada 17 Februari 2025, terdapat beberapa kendala operasional seperti keterbatasan ruang, tidak adanya lahan parkir, dan kapasitas yang tidak mampu menampung seluruh pengunjung. Kondisi tersebut mendorong pemilik untuk mengembangkan usaha dengan membuka warung baru yang berlokasi di Banjar Paka, Desa Sanda. Perkembangan usaha kuliner pada umumnya menuntut penyesuaian kapasitas dan fasilitas untuk mengimbangi

peningkatan jumlah pengunjung (Mahendra dan Irawati, 2023).

Meskipun telah pindah ke lokasi yang lebih luas, Warung Dedy masih menghadapi kendala seperti kapasitas tempat duduk yang hanya mencapai 60 kursi serta keterbatasan seseh (mangkuk tradisional Bali) yang hanya tersedia 50 buah. Seseh merupakan ciri khas penyajian *Entil* yang menjadi pembeda utama di wilayah Pupuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan mempertahankan minat kunjungan.

Kualitas pelayanan merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap barang atau jasa tertentu (Kotler dan Keller, 2016). Kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya guna memenuhi harapan pelanggan (Djunaid, 2019). Dalam konteks usaha kuliner, kualitas pelayanan mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang dirasakan langsung oleh pelanggan (Zeithaml et al., 2020). Pelayanan yang berkualitas akan mendorong terbentuknya hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, sehingga perusahaan lebih mudah memahami kebutuhan serta harapan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan (Mahendra dan Irawati, 2023).

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan usaha kuliner. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapannya. Beberapa faktor seperti harga dan lokasi juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang sesuai dengan harapan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan (Sinambela, 2022). Lokasi strategis yang mudah dijangkau juga menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan (Mahendra dan Irawati, 2023).

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, antara lain Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), SERVQUAL, dan Metode Kano. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menghitung tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan mempertimbangkan bobot kepentingan setiap atribut layanan (Tjiptono dan Chandra, 2019). Metode Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk memetakan tingkat kepentingan dan kinerja suatu layanan sehingga dapat diketahui atribut yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan. Sementara itu, Metode Servqual mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Zeithaml et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan Metode Kano karena metode tersebut mampu mengelompokkan atribut pelayanan berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Metode Kano mengklasifikasikan atribut pelayanan ke dalam beberapa kategori, yaitu must-be, one-dimensional, attractive, indifferent, dan reverse. Pengelompokan ini memberikan pemahaman yang lebih komprehensif untuk mendapatkan hasil dari tujuan penelitian yaitu untuk menghitung tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di warung Dedy dan merekomendasikan strategi peningkatan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di warung Dedy.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Dedy yang berlokasi di Br. Paka, Desa Sanda, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Bali. Analisis data dilakukan di Laboratorium Teknik dan Manajemen Industri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan selama 3 bulan September-November.

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

Variabel Penelitian

Variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah atribut kualitas pelayanan pada Warung Dedy yang disusun berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan (*SERVQUAL*), yaitu *reliability* (keandalan), *tangible* (bukti fisik), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Kelima dimensi tersebut dikembangkan menjadi 16 atribut penelitian yang digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen penelitian. Setiap atribut penelitian disusun dalam dua bentuk pertanyaan, yaitu atribut fungsional dan atribut disfungsional sesuai dengan konsep Metode Kano. Atribut fungsional digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen apabila suatu atribut pelayanan tersedia atau terpenuhi, sedangkan atribut disfungsional digunakan untuk mengetahui tanggapan konsumen apabila atribut pelayanan tidak tersedia atau tidak terpenuhi. Hasil tanggapan responden terhadap kedua jenis atribut tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan Metode Kano untuk mengklasifikasikan atribut pelayanan berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Adapun atribut variabel pada penelitian ini yang ditampilkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut penelitian

	No	VARIABEL FUNGSIONAL	VARIABEL DIFUNGSIONAL
RELIABILITY	1	Apakah pelayanan yang diberikan sudah mengutamakan kepentingan konsumen	Pelayanan yang diberikan **tidak** mengutamakan kepentingan konsumen
	2	Pelayan bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	Pelayan **tidak** bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan
	3	Pihak manajemen merespon keluhan pelanggan	Pihak manajemen **tidak** merespon keluhan pelanggan
TANGIBLE	4	Tempat parkir yang memadai	Tempat parkir yang **tidak** memadai
	5	Lokasi tempat yang mudah diakses	Lokasi tempat yang **tidak** mudah diakses
	6	Ruangan bersih	Ruangan **tidak** bersih
	7	Pelayanan berpenampilan bersih dan rapi	Pelayan **tidak** berpenampilan bersih dan rapi
	8	Ketersediaan fasilitas toilet yang memadai	Ketersediaan fasilitas toilet **tidak** memadai
EMPATHY	9	Pelayan membantu pelanggan jika membutuhkan	Pelayan **tidak** bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan
	10	Pelayan bersikap sabar dan melayani pelanggan	Pelayan **tidak** bersikap sabar dalam melayani pelanggan
ASS	11	Pembayaran cepat diproses (barcode/tunai)	Pembayaran **tidak** cepat diproses
	12	Penyajian dan pelayanan	Penyajian dan pelayanan

U R A N C E		cepat	**tidak** cepat
R E S P O N S I V E N E S S	13	Pelayan mencatat pesanan dengan benar	Pelayan **tidak** mencatat pesanan dengan benar
	14	Proses pembayaran cepat tidak ada kekeliruan	Proses pembayaran **tidak** cepat
	15	Jam buka dan tutup tepat waktu	Jam buka tutup **tidak** tepat waktu
	16	Pelayan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk tersedia	Pelayan **tidak** mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia

Skala Pengukuran

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan lima kategori jawaban yang mengacu pada Metode Kano, yaitu Suka (S), Harapan (H), Netral (N), Toleransi (T), dan Tidak Suka (TS). Masing-masing kategori diberikan skor secara berturut-turut sebesar 5, 4, 3, 2, dan 1. Pemberian skor tersebut digunakan untuk mempermudah pengolahan data hasil kuesioner serta mengidentifikasi kategori setiap atribut pelayanan berdasarkan tanggapan responden. Kriteria penilaian tersebut diterapkan pada seluruh atribut penelitian yang disusun dalam bentuk pertanyaan fungsional dan disfungsional sehingga hasil jawaban responden dapat dianalisis menggunakan Metode Kano. Adapun atribut variabel pada penelitian ini yang ditampilkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala Pengukuran.

Kriteria	Skor
Suka (S)	5
Harapan (H)	4
Netral (N)	3
Toleransi (T)	2
Tidak Suka (TS)	1

Jenis Analisis Data Penelitian

Analisis data pada penelitian ini dilakukan secara deskriptif dengan menggunakan Metode Kano untuk mengidentifikasi atribut kualitas pelayanan berdasarkan tingkat pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Data yang dianalisis berasal dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian diolah menggunakan *Microsoft Excel* 2021. Proses analisis diawali dengan pengelompokan jawaban responden terhadap pertanyaan fungsional dan disfungsional pada setiap atribut pelayanan.

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

Selanjutnya, hasil pengolahan data digunakan untuk mengklasifikasikan setiap atribut ke dalam kategori Kano sehingga dapat diketahui atribut yang menjadi prioritas dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di Warung Dedy.

Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Warung Dedy yang berusia 17–45 tahun dan telah mengonsumsi entil Warung Dedy minimal dua kali. Penentuan responden menggunakan teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin berdasarkan jumlah populasi sebanyak 1.500 konsumen per bulan dengan tingkat kesalahan

Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan di Warung *Entil* Pupuan sebelum pelaksanaan penelitian utama terhadap 30 responden (*pilot test*) untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas kuesioner. Pengujian ini bertujuan memastikan setiap butir pernyataan mampu mengukur atribut penelitian secara tepat serta menghasilkan data yang konsisten sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Jumlah responden pada uji instrumen sebanyak 30 responden, sesuai dengan ketentuan jumlah minimum responden untuk pengujian instrumen penelitian (Sugiyono, 2019). Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan *Microsoft Excel*.

Berdasarkan hasil uji instrumen, seluruh atribut penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga kuesioner layak digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian utama yang melibatkan 94 responden Warung Dedy.

Analisis Metode Kano

Analisis data pada penelitian ini menggunakan Metode Kano untuk mengidentifikasi atribut kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di Warung Dedy. Pengolahan data dilakukan menggunakan *Microsoft Office Excel* 2021 berdasarkan hasil kuesioner yang terdiri atas pertanyaan fungsional dan disfungsional. Hasil analisis digunakan untuk mengelompokkan atribut pelayanan serta menyusun rekomendasi perbaikan kualitas pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan data kuesioner menunjukkan bahwa konsumen dengan jenis kelamin laki-laki lebih dominan melakukan keputusan pembelian di Warung Dedy yaitu sebanyak 66 orang (70,21%). Persentase mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	66	70,21%
Perempuan	28	29,79%
Total	**94**	**100%**

Sumber: Data yang diolah

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang berstatus mahasiswa lebih dominan sebanyak 45 orang (47,87%) dengan profesi lainnya seperti petani, guru dan pegawai swasta. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang

dilakukan oleh (Basith dan Fadhilah, 2019) yang menyatakan konsumen berstatus mahasiswa melakukan pembelian produk karena ingin berkumpul bersama teman-teman sambil mengerjakan tugas ataupun bercengkrama. Persentase mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase
Mahasiswa / Siswa	45	47,87%
Petani	4	4,26%
Guru	5	5,32%
Pegawai swasta	40	42,55%
Total	**94**	**100%**

Sumber: Data yang diolah

Karakteristik responden berdasarkan usia

Berdasarkan karakteristik responden dari usia menunjukkan bahwa karakteristik usia pada penelitian ini lebih dominan dengan kelompok usia 20-25 tahun yaitu sebanyak 75 orang (79,79%) dari total 94 responden. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nusraningrum, 2021) yang menyatakan bahwa generasi milenial pada usia muda mempunyai persepsi bahwa pangan/makanan yang memiliki penampilan menarik serta memiliki rasa dan aroma unik akan melakukan keputusan pembelian. Persentase mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia Responden	Jumlah	Persentase
17–19 tahun	6	6,38%
20–25 tahun	75	79,79%
26–30 tahun	9	9,57%
31–45 tahun	4	4,26%
Total	**94**	**100%**

Sumber: Data yang diolah

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian pada penelitian ini lebih dominan dengan frekuensi pembelian sebanyak > 3 kali. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rofi'ah dan Mardhiyyah, 2023) yang menyatakan bahwa frekuensi pembelian akan berlaku jika sebuah produk memiliki keunggulan pada mutu (rasa, tekstur, warna, aroma) dan kesesuaian harga serta pengalaman dalam proses pembelian akan mempengaruhi secara positif untuk melakukan pembelian kembali. Persentase mengenai karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
2 kali	44	46,81%
> 3 kali	50	53,19%
Total	**94**	**100%**

Sumber: Data yang diolah

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

Uji Instrumen

Uji Validitas Dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Microsoft Excel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Jika r-hitung > r-tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Sugiyono, 2019). Berdasarkan tabel r Product Moment Pearson untuk nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,361 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Uji validitas dilakukan di warung yang berbeda yaitu pada warung Entil Pupuan dengan jumlah sampel 30 orang. Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Uji Validitas Variabel Fungsional

No	VARIABEL FUNGSIONAL	R-tabel	R-hitung	Keterangan
1	Apakah pelayanan yang diberikan sudah mengutamakan kepentingan konsumen	0.361	0.7530	Valid
2	Pelayan bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	0.361	0.7604	Valid
3	Pihak manajemen merespon keluhan pelanggan	0.361	0.7188	Valid
4	Tempat parkir yang memadai	0.361	0.7254	Valid
5	Lokasi tempat yang mudah diakses	0.361	0.7104	Valid
6	Ruangan bersih	0.361	0.7634	Valid
7	Pelayanan berpenampilan bersih dan rapi	0.361	0.7149	Valid
8	Ketersediaan fasilitas toilet yang memadai	0.361	0.7466	Valid
9	Pelayan membantu pelanggan jika membutuhkan	0.361	0.7262	Valid
10	Pelayan bersikap sabar dan melayani pelanggan	0.361	0.8319	Valid
11	Pembayaran cepat diproses (barcode/tunai)	0.361	0.8135	Valid
12	Penyajian dan pelayanan cepat	0.361	0.8978	Valid
13	Pelayan mencatat pesanan dengan benar	0.361	0.8402	Valid
14	Proses pembayaran cepat tidak ada kekeliruan	0.361	0.8410	Valid
15	Jam buka dan tutup tepat waktu	0.361	0.8118	Valid
16	Pelayan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk tersedia	0.361	0.8029	Valid

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan Tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel sebesar 0,361. Nilai r-hitung masing-masing butir berkisar antara 0,7104 hingga 0,8978. Nilai r-hitung tertinggi terdapat pada pernyataan "Penyajian dan pelayanan cepat" sebesar 0,8978, sedangkan nilai r-hitung terendah terdapat pada pernyataan "Lokasi tempat yang mudah diakses" sebesar 0,7104. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel fungsional dinyatakan valid, sehingga mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan layak digunakan sebagai instrumen dalam pengumpulan data penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Uji Validitas Variabel Difungsional.

No	VARIABEL DIFUNGSIONAL	R-tabel	R-hitung	Keterangan
1	Pelayanan yang diberikan **tidak** mengutamakan kepentingan konsumen	0.361	0.78851	Valid
2	Pelayan **tidak** bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan	0.361	0.74129	Valid
3	Pihak manajemen **tidak** merespon keluhan pelanggan	0.361	0.84703	Valid
4	Tempat parkir yang **tidak** memadai	0.361	0.84244	Valid
5	Lokasi tempat yang **tidak** mudah diakses	0.361	0.81692	Valid
6	Ruangan **tidak** bersih	0.361	0.82958	Valid
7	Pelayan **tidak** berpenampilan bersih dan rapi	0.361	0.78890	Valid
8	Ketersediaan fasilitas toilet **tidak** memadai	0.361	0.82841	Valid
9	Pelayan **tidak** bersedia membantu pelanggan jika dibutuhkan	0.361	0.82069	Valid
10	Pelayan **tidak** bersikap sabar dalam melayani pelanggan	0.361	0.91668	Valid
11	Pembayaran **tidak** cepat diproses	0.361	0.85067	Valid
12	Penyajian dan pelayanan **tidak** cepat	0.361	0.92240	Valid
13	Pelayan **tidak** mencatat pesanan dengan benar	0.361	0.90285	Valid
14	Proses pembayaran **tidak** cepat	0.361	0.80769	Valid
15	Jam buka tutup **tidak** tepat waktu	0.361	0.72946	Valid
16	Pelayan **tidak** mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia	0.361	0.70708	Valid

Sumber: Data yang diolah

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

Berdasarkan Tabel hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r-hitung yang lebih besar dibandingkan dengan nilai r-tabel sebesar 0,361. Nilai r-hitung masing-masing butir berkisar antara 0,70708 hingga 0,92240. Nilai r-hitung tertinggi terdapat pada pernyataan "Penyajian dan pelayanan tidak cepat" sebesar 0,92240, sedangkan nilai r-hitung terendah terdapat pada pernyataan "Pelayan tidak mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia" sebesar 0,70708. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel difungsional dinyatakan valid, sehingga mampu mengukur persepsi responden terhadap atribut pelayanan secara tepat dan layak digunakan sebagai instrumen dalam pengumpulan data penelitian. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70 (Sugiyono 2019). Uji reliabilitas diuji dengan jumlah responden sebanyak 30 sesuai dengan uji validitas di atas yaitu pada warung Entil Pupuan dengan jumlah sampel 30 orang. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Uji Validitas Variabel Difungsional

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
FUNGSIONAL	0.9549	RELIABEL
DIFUNGSIONAL	0.9680	RELIABEL

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan Tabel 10 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel fungsional memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.9549 dan variabel difungsional memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.9680. Kedua nilai tersebut berada di atas batas minimum reliabilitas yang umum digunakan, yaitu 0,70, sehingga dapat dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada kedua variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur atribut pelayanan yang diteliti. Dengan demikian, instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan layak digunakan untuk proses analisis data lebih lanjut karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Analisis Metode Kano

Tabulasi Jawaban Kano

Berdasarkan hasil tabulasi jawaban seluruh responden berdasarkan variabel penelitian dari 16 pernyataan dikategorikan sesuai dengan kategori skalanya yaitu pada skala Suka, Harapan, Netral, Toleransi, dan Tidak Suka. Pada setiap skala dihitung jumlah responden yang memilih skala tersebut pada setiap variabel pernyataan penelitian. Tabulasi ini dibuat untuk mengetahui berapa total responden yang memilih setiap skala pada setiap variabel pernyataan untuk variabel fungsional dan variabel difungsional. Untuk hasil tabulasi dapat dilihat pada Tabel 10 dan Tabel 11.

Tabel 10. Tabulasi Kategori Jawaban responden untuk Variabel Fungsional.

Kategori Skala	Variabel Fungsional															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Suka (S)	81	82	69	62	75	79	71	64	71	73	77	65	80	72	60	77
Harapan (H)	8	9	20	26	12	13	18	23	19	15	12	23	13	17	17	11
Netral (N)	5	3	5	5	5	2	5	5	4	4	5	6	1	3	17	6
Toleransi (T)	0	0	0	0	2	0	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0
Tidak suka (TS)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Tabel 11. Tabulasi Kategori Jawaban responden untuk Variabel Difungsional.

Kategori Skala	Variabel Disfungsional

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Suka (S)	6	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
Harapan (H)	2	4	2	1	2	1	0	4	1	1	2	0	1	3	2	2
Netral (N)	19	16	13	16	18	18	19	17	20	15	17	18	17	13	19	16
Toleransi (T)	7	5	9	19	16	2	11	7	5	8	19	20	10	20	18	21
Tidak suka (TS)	60	67	67	54	55	70	61	64	66	67	54	53	64	56	53	52

Hasil Kategori Metode Kano

Tabel 12. Hasil Kategori Metode Kano.

No	Atribut Pelayanan	A	O	M	I	R	Q	Kategori
1	Pelayanan mengutamakan kepentingan konsumen	19	56	4	9	0	6	O
2	Pelayan ramah dan sopan kepada pelanggan	17	63	4	8	0	2	O
3	Manajemen merespon keluhan pelanggan	14	52	15	10	0	3	O
4	Tempat parkir yang memadai	19	40	14	17	1	3	O
5	Lokasi tempat yang mudah diakses	20	53	2	16	1	2	O
6	Ruangan bersih	11	65	5	10	0	3	O
7	Pelayan berpenampilan bersih dan rapi	15	53	8	15	0	3	O
8	Ketersediaan fasilitas toilet yang memadai	13	49	15	15	0	2	O
9	Pelayan membantu pelanggan jika membutuhkan	13	56	10	13	0	2	O
10	Pelayan bersikap sabar dan melayani pelanggan	11	59	8	13	0	3	O
11	Pembayaran cepat diproses (barcode/tunai)	25	50	4	13	0	2	O
12	Penyajian dan pelayanan cepat	15	48	5	23	1	2	O
13	Pelayan mencatat pesanan dengan benar	16	62	2	12	0	2	O
14	Proses pembayaran cepat dan tidak ada kekeliruan	20	51	5	16	1	1	O

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

15	Jam buka dan tutup tepat waktu	10	48	5	29	0	2	O
16	Pelayan mampu menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia	24	51	1	15	1	2	O

Berdasarkan Tabel 12 hasil pengolahan data menggunakan metode Kano terhadap 94 responden, diperoleh frekuensi kategori Attractive (A), One Dimensional (O), Must Be (M), Indifferent (I), Reverse (R), dan Questionable (Q) pada masing-masing atribut pelayanan. Penentuan kategori Kano dilakukan dengan mencocokkan jawaban responden pada pertanyaan fungsional dan disfungsional menggunakan tabel evaluasi Kano (Kano et al., 2016). Sebagai contoh, apabila responden menjawab netral pada pertanyaan fungsional dan tidak suka pada pertanyaan disfungsional, maka berdasarkan tabel evaluasi Kano kombinasi tersebut termasuk kategori must be (M). Proses yang sama dilakukan untuk seluruh jawaban responden, kemudian jumlah masing-masing kategori dihitung. Kategori akhir setiap atribut ditentukan berdasarkan kategori yang memiliki frekuensi terbesar dengan menggunakan Blauth's Formula (Kano et al., 2016), sehingga dapat diketahui pengaruh atribut pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan memiliki kategori dominan *One Dimensional* (O). Kategori *One Dimensional* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berbanding lurus dengan tingkat kinerja atribut pelayanan yang diberikan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diterima konsumen, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun maka tingkat ketidakpuasan konsumen juga akan meningkat (Kano et al., 2016).

termasuk kategori *One Dimensional* meliputi pelayanan yang mengutamakan kepentingan konsumen, keramahan dan kesopanan pelayan, kemampuan merespon keluhan pelanggan, ketersediaan tempat parkir, kemudahan akses lokasi, kebersihan ruangan, penampilan pelayan, fasilitas toilet, kesediaan membantu pelanggan, kesabaran pelayan, kecepatan proses pembayaran, kecepatan penyajian, ketepatan pencatatan pesanan, ketepatan proses pembayaran, ketepatan jam operasional, serta kemampuan pelayan dalam menjawab pertanyaan pelanggan mengenai produk yang tersedia.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen Warung Dedy sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, peningkatan kinerja pada setiap atribut pelayanan akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penurunan kualitas pelayanan berpotensi menimbulkan ketidakpuasan konsumen (Tjiptono dan Chandra, 2019; Zeithaml et al., 2020).

Setelah dilakukan pengelompokan atribut berdasarkan kategori Kano, tahap selanjutnya adalah menghitung koefisien better dan worse. Perhitungan ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh setiap atribut pelayanan terhadap tingkat kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Koefisien better menunjukkan seberapa besar peningkatan kepuasan pelanggan apabila suatu atribut pelayanan dapat dipenuhi dengan baik. Koefisien worse menunjukkan seberapa besar tingkat ketidakpuasan pelanggan apabila atribut pelayanan tersebut tidak terpenuhi (Kano et al., 1984), nilai better dan worse dihitung berdasarkan hasil klasifikasi kategori Kano menggunakan rumus better-worse.

Perhitungan Better dan Worse

Tabel 13. Koefisien Better dan Worse.

N	Atribut	Better	Worse

o			
1	Mengutamakan kepentingan konsumen	0,852	-0,682
2	Ramah dan sopan	0,870	-0,728
3	Respon terhadap keluhan	0,725	-0,736
4	Tempat parkir memadai	0,656	-0,600
5	Lokasi mudah diakses	0,802	-0,604
6	Ruangan bersih	0,835	-0,769
7	Penampilan pelayan rapi	0,747	-0,670
8	Toilet memadai	0,674	-0,696
9	Membantu pelanggan	0,750	-0,717
10	Sabar melayani	0,769	-0,736
11	Pembayaran cepat diproses	0,815	-0,587
12	Penyajian cepat	0,692	-0,582
13	Mencatat pesanan dengan benar	0,848	-0,696
14	Pembayaran tanpa kekeliruan	0,772	-0,609
15	Jam operasional tepat waktu	0,630	-0,576
16	Menjawab pertanyaan produk	0,824	-0,571

Berdasarkan Tabel 13 hasil perhitungan, atribut dengan nilai *Better* tertinggi adalah pelayan bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan (0,870), diikuti atribut pelayanan yang mengutamakan kepentingan konsumen (0,852), pelayan mencatat pesanan dengan benar (0,848), serta kebersihan ruangan (0,835). Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki pengaruh paling besar dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Sementara itu, nilai *Worse* tertinggi diperoleh pada atribut kebersihan ruangan (-0,769), yang menunjukkan bahwa apabila atribut tersebut tidak terpenuhi maka akan menimbulkan tingkat ketidakpuasan yang paling besar dibandingkan atribut lainnya. Selain itu, atribut respon terhadap keluhan pelanggan (-0,736), kesabaran pelayan (-0,736), dan keramahan pelayan (-0,728) juga memiliki pengaruh besar terhadap ketidakpuasan konsumen apabila kualitas pelayanannya menurun. Dengan demikian, pihak Warung Dedy perlu memprioritaskan pemeliharaan dan peningkatan atribut pelayanan yang memiliki nilai Better tinggi dan nilai Worse yang besar agar kepuasan konsumen dapat terus ditingkatkan (Tjiptono dan Chandra, 2019).

Prioritas Perbaikan Pelayanan

Tabel 14. Prioritas perbaikan.

Prioritas	Atribut
1	Ruangan bersih
2	Pelayan ramah dan sopan
3	Respon terhadap keluhan pelanggan
4	Pelayan bersikap sabar
5	Pelayan mencatat pesanan dengan benar
6	Mengutamakan kepentingan konsumen
7	Menjawab pertanyaan pelanggan
8	Pembayaran cepat diproses

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh atribut pelayanan Warung Dedy berada pada

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id

kategori One Dimensional. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan (Tjiptono dan Chandra 2019). Semakin baik pelayanan yang diterima pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Atribut yang memiliki pengaruh terbesar terhadap peningkatan kepuasan adalah keramahan dan kesopanan pelayan. Sementara itu, atribut yang paling berpotensi menimbulkan ketidakpuasan adalah kebersihan ruangan. Oleh karena itu, pihak Warung Dedy perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik sekaligus memberikan perhatian khusus pada aspek kebersihan, keramahan pelayan, dan kemampuan merespon kebutuhan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Warung Dedy, dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut pelayanan termasuk kategori *One Dimensional (O)* dalam Metode Kano, yang berarti semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan konsumen, begitu pula sebaliknya. Untuk prioritas peningkatan pelayanan meliputi kebersihan ruangan, keramahan dan kesopanan pelayan, respons terhadap keluhan, kesabaran pelayan, ketepatan pencatatan pesanan, serta ketepatan pembayaran. Perbaikan atribut tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Warung Dedy *Entil* Sanda disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan pada seluruh atribut yang telah diteliti, khususnya pada atribut yang menjadi prioritas perbaikan seperti kebersihan ruangan, keramahan dan kesopanan pelayan, kemampuan merespon keluhan pelanggan, kesabaran dalam melayani pelanggan, serta ketepatan pencatatan pesanan dan proses pembayaran. Selain itu, pihak manajemen perlu melakukan evaluasi pelayanan secara berkala dan memberikan pelatihan kepada karyawan agar kualitas pelayanan tetap terjaga sesuai dengan harapan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Adhari. 2022. Pengaruh motivasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan PT Mitra Sakti Boshe VVIP Club Yogyakarta. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA),* 2(2), 19–28. https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3039

Biamnasi, A. T., Wrasiati, L. P., dan Yoga, I. W. G. S. 2025. Analysis of consumer satisfaction with virgin coconut oil (VCO) liquid soap from Citra Ayu seller: A case study on the Shopee online shoppeng platform. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri, 13(4), 557–568. https://doi.org/10.24843/JRMA.2025.v13.i04.p07

Ariani, N. M., dan Aryanti, N. N. S. 2018. Peran kepuasan dan niat berperilaku wisatawan pasca kunjungan pada destinasi pariwisata Bali. *Jurnal Kepariwisataan dan Hospitalitas, 2*(2), 110–119. https://doi.org/10.24843/JKH.2018.v02.i02.p09

Djunaid, I. S. 2019. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung Taman Wisata Matahari Kabupaten Bogor. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata, 5*(2). https://doi.org/10.30813/jhp.v5i2.1839

En Agam, M. D., Waluyo, H. D., dan Budiatmo, A. 2022. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Gubug Makan Mang Engking Ungaran. *Jurnal Ilmu Administrasi*

Bisnis, 11(3), 390–398. https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34878

Kotler, P., dan Keller, K. L. 2016. *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Kadalora, E., A.A.P.A.S. Wiranatha, dan A.Havarti. 2019. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan Bali Bakery. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri. 7(3): 478-487.

Lupiyoadi, R. 2018. *Manajemen pemasaran jasa* (4th ed.). Jakarta: Salemba Empat.

Mahendra, M. Y. I., dan Irawati, W. 2023. Pengaruh lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Warunk Pak Kumis Pare. *BIMA: Journal of*

Senja, A. M. M. P., dan Nursastri, S. A. 2018. Kemenpar tetapkan 5 makanan nasional Indonesia, ini daftarnya. *Kompas.com*.

Sugiyono. 2019. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. 2017. *Service management: Mewujudkan layanan prima* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., dan Chandra, G. 2019. *Service, quality dan customer satisfaction* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.

Trimandala, N. A., dan Kiskenda, D. P. 2023. Kapasitas panganan tradisional Bali sebagai daya tarik wisata kuliner di Gianyar. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 6*(2), 734–746. https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.72780

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., dan Gremler, D. D. 2020. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

*email korespondensi :
satriawan@unud.ac.id