

## PENERAPAN *SELF ORDER* DALAM MEMPERBAIKI KUALITAS PELAYANAN PADA KAFE PYUR 2.0

### *IMPLEMENTATION OF SELF-ORDER IN IMPROVING SERVICE QUALITY AT KAFE PYUR 2.0*

Alda Aprilia Jufri<sup>1</sup> dan Ashar Muhammad<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Makassar  
email: [apriialda12@gmail.com](mailto:apriialda12@gmail.com)

<sup>2</sup> Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Makassar  
email: [asharalhe@stialanmakassar.ac.id](mailto:asharalhe@stialanmakassar.ac.id)

#### **Abstrak**

Pemesanan menu secara manual, menjadi masalah serius yang dihadapi Kafe Pyur 2.0. Konsumen harus mendatangi kasir, memilih menu dan membayar menu pada meja kasir yang menyebabkan antrian panjang karena hanya dilayani satu kasir. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dampak penerapan *self order* dalam memperbaiki kualitas pelayanan di Kafe Pyur 2.0. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini dilakukan di Kafe Pyur 2.0 yang beralamat di Jl. Sunu, Suangga, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian mulai dari penjadwalan sampai penyelesaian penelitian kurang lebih empat bulan, terhitung sejak bulan April 2024 hingga Juli 2024. Dalam pembuatan *self order* menggunakan aplikasi POS Majoo yang telah ada dan memiliki fitur *web order* yang dapat dimanfaatkan pemilik usaha untuk membuat sistem *self order* di Kafe Pyur 2.0. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian didapatkan dengan penerapan *self order*, Kafe Pyur 2.0 dapat meminimalisir antrian sehingga konsumen hanya membutuhkan waktu tunggu yang sebentar untuk melakukan pemesanan menu. Hal tersebut memberikan dampak pada kualitas pelayanan yang menjadi lebih baik setelah diukur menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang disebut TERRA yang terdiri dari *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan). Berdasarkan hasil pengukuran tersebut, ada beberapa masalah yang dapat diatasi yaitu pemesanan menu yang dapat dilakukan dimana saja pada ruang lingkup Kafe Pyur 2.0 sehingga tidak terjadi penumpukan konsumen yang menyebabkan terjadinya antrian, penyampain informasi ketersediaan menu yang lebih cepat dan tepat dan pemesanan menu yang lebih cepat.

**Kata Kunci:** *Self Order*, Kualitas Pelayanan, Kafe

#### **Abstract**

*Manual menu ordering has become a serious issue faced by Kafe Pyur 2.0. Customers must approach the cashier, select their menu, and make payment at the cashier's desk, resulting in long queues as only one cashier is available to serve them. This study aims to examine the impact of implementing self-ordering in improving service quality at Kafe Pyur 2.0. The research employs a quantitative method with a descriptive approach. It was conducted at Kafe Pyur 2.0, located on Jl. Sunu, Suangga, Makassar City, South Sulawesi. The study was carried out over approximately four months, from April 2024 to July 2024. The self-ordering system was developed using the existing POS Majoo application, which features a web order capability that allows business owners to create a self-ordering system for Kafe Pyur 2.0. Data collection was conducted through questionnaires. The results of the study revealed that the implementation of self-ordering at Kafe Pyur 2.0 can minimize queues, enabling customers to spend less waiting time when placing their orders. This has positively impacted the service quality, which was measured using the TERRA service quality dimensions comprising Tangible (physical evidence), Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance. Based on these measurements, several issues were resolved, including enabling customers to order from anywhere within the scope of Kafe Pyur 2.0, thus preventing customer congestion and long queues, providing faster and more accurate menu availability information, and ensuring quicker order placement.*

**Keywords :** *Self-Order, Quality Of Service, Cafe*

## PENDAHULUAN

Pada zaman modern ini, banyak bisnis yang bersaing untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Memberikan pelayanan yang berkualitas dapat menimbulkan kesan pertama yang baik dalam benak konsumen dan memberikan nilai tambah dalam memuaskan konsumen. Selain itu, memberikan pelayanan yang baik memastikan konsumen untuk membeli kembali produk atau layanan pada bisnis tersebut (Masriya & Chaerudin, 2022). Teknologi dan sistem informasi terus berkembang sesuai dengan perubahan zaman dan kebutuhan semua sektor sehingga dalam perkembangan teknologi dan sumber daya manusia harus berbanding lurus agar mampu menghadapi setiap perubahan dan perkembangan teknologi informasi (Saeni,dkk., 2020).

Kondisi tersebut mengharuskan bisnis mengikuti perkembangan zaman dengan mengubah sistem yang berjalan ke sistem yang sesuai dengan kemajuan teknologi untuk mempertahankan bisnis tetap eksis. Salah satu perubahan yang terjadi dari proses bisnis terutama bisnis kuliner adalah pada pelayanan pemesanan menu. Pemesanan adalah proses penerimaan pesanan produk atau layanan hingga berada ditangan konsumen. Beberapa bisnis kuliner tidak lagi menggunakan cara konvensional dalam pemesanan menu seperti menulis pesanan di nota ataupun memesan secara mandiri di kasir yang akan memakan waktu lama. Tetapi, saat ini beberapa bisnis telah memanfaatkan teknologi untuk pemesanan menu yang dapat dilakukan sendiri oleh konsumen melalui alat elektronik yang disebut *self order*.

Kafe adalah tempat yang nyaman dengan fasilitas yang menyenangkan seperti AC, kipas angin, TV, wi-fi, dan lainnya. Saat ini, wi-fi bahkan dianggap sebagai salah satu fitur kafe yang sangat penting bagi pengunjung (Saputra & Kusumaningrum, 2022). Kafe Pyur 2.0 adalah salah satu Kafe yang berada di Makassar yang telah memiliki dua cabang. Cabang pertama disebut Pyur berlokasi di Jalan Onta Baru no.66, Mandala, Kecamatan Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan dan Cabang kedua yang disebut Pyur 2.0 terletak di Jalan Sunu, Suangga, Kecamatan Tallo, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Berdasarkan hasil observasi pra penelitian yang tertera pada gambar 2, terlihat penumpukan konsumen pada antrian pemesanan menu. Antrian ini terjadi karena banyaknya konsumen yang mengunjungi Kafe Pyur 2.0 dan beberapa konsumen datang bersamaan pada jam yang sama, sehingga terjadi penumpukan antrian konsumen. Penumpukan ini terjadi di depan kasir dikarenakan pemesanan menu yang dilakukan masih menerapkan cara manual Untuk melayani pemesanan makanan dan minuman untuk banyak konsumen kafe Pyur 2.0 tidak jarang menimbulkan kesulitan tersendiri. Orang pada umumnya menginginkan segala sesuatu dapat dilakukan dengan mudah, begitu pula konsumen Kafe Pyur 2.0 ingin memesan menu dengan mudah dan tidak memakan waktu yang

lama. Dengan masalah yang dihadapi Kafe Pyur 2.0 maka penerapan *self order* akan sangat membantu konsumen untuk memesan menu yang diinginkan melalui *smartphone* dengan memindai *QR code* yang telah disediakan.

Berdasarkan hasil pra-penelitian yang dilakukan, Kafe Pyur 2.0 belum menerapkan *self order* dikarenakan kurangnya pengetahuan karyawan terhadap fitur yang tersedia pada aplikasi kasir yang digunakan yaitu Majoo. Fitur *web order* yang terdapat pada aplikasi Majoo dapat dimanfaatkan oleh karyawan agar konsumen dapat melakukan *self order* atau pemesanan mandiri melalui *web order*. Oleh karena itu, hal tersebut menjadi salah satu pertimbangan peneliti untuk melakukan penerapan *self order*. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dampak penerapan *self order* dalam memperbaiki kualitas pelayanan di Kafe Pyur 2.0.

## KAJIAN LITERATUR

### *Self Order*

Menurut Salsabiela (2020), *self order* adalah sebuah konsep pemesanan di mana karyawan bisnis kuliner memberikan kemampuan kepada pelanggannya untuk memilih dan memesan makanan dan minuman mereka secara mandiri melalui elektronik dengan memanfaatkan teknologi yang telah disediakan oleh bisnis kuliner. Menurut Abel & Obeten (2015), Solusi untuk mengurangi waktu tunggu dalam proses pemesanan di sebuah restoran adalah konsep *self order*. Pada saat ini, pengusaha restoran dapat menerapkan konsep ini karena dapat meningkatkan jumlah pemesanan yang dibuat oleh pelanggan, menarik perhatian banyak pelanggan, dan meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menjalankan operasi harian mereka. Menurut Aziz (2022) Bisnis restoran dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan dari penerapan konsep *self order*. Teknologi ini akan mengurangi jumlah karyawan yang dibutuhkan, yang berarti anggaran untuk gaji karyawan harus dikurangi. Selain itu, konsep ini dapat mempercepat proses pelayanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Alfaren & Arijanto (2021), *self order* merupakan hal yang dapat membantu kemajuan dalam sebuah restoran, saat ini masih banyak restoran yang masih menggunakan teknik pemesanan makanan secara manual seperti pelayan yang mendekati konsumen dan menunggu konsumen memesan makanan atau minuman, memberikan kertas kepada konsumen untuk dipilih langsung oleh konsumen dan dari kertas tersebut akan diberikan kepada pelayan, ataupun konsumen harus mendatangi pelayanan pada meja pemesanan. Dalam proses ini masih membutuhkan waktu yang lebih lama bagi pelayan untuk melayani konsumen. Dan tidak hanya itu, dalam proses pemesanan manual dari konsumen juga membutuhkan tenaga yang lebih karena harus mendengarkan dan

mencatat apa yang dikatakan konsumen sehingga jika terjadi kerumunan konsumen maka seluruh konsumen yang datang tidak dapat langsung melakukan pemesanan. Sehingga perlu adanya suatu sistem alternatif yang dapat menggantikan posisi pemesanan manual pada restoran yang selama ini masih dirasa kurang efektif dan efisien dalam permasalahan pemesanan jika restoran sedang sibuk dengan konsumen. Pemesanan sendiri menawarkan beberapa keuntungan bagi Kafe. Dengan sistem ini, konsumen dapat memesan makanan dan minuman secara mandiri dari meja masing-masing, sehingga kafe tidak perlu khawatir dengan banyaknya konsumen yang datang ke kafe seperti yang biasa dilakukan karyawan yaitu mencatat pesanan pelanggan secara manual. Memesan makanan dan minuman secara mandiri dan meningkatkan kualitas pelayanan di kafe. Pemesanan mandiri memungkinkan konsumen memesan terlebih dahulu menggunakan perangkat digital mereka, yang lebih efektif mengurangi waktu tunggu konsumen (Gao dan Su, 2018).

### **QR Code**

Menurut Irawan & Adriantantri (2019), *QR code* merupakan metode untuk mengubah data yang ditulis menjadi kode dua dimensi yang tercetak pada media yang lebih ringkas. Salah satu jenis barcode adalah *QR code*, yang dapat dibaca oleh kamera *handphone*. *QR code* dapat menyimpan berbagai jenis data, seperti kanji, kana, angka, biner, atau alphanumerik. Selain itu, mereka dapat menyimpan data secara horizontal dan vertikal. Akibatnya, ukuran gambar yang ditunjukkan *QR code* secara otomatis hanya sepersepuluh dari ukuran barcode.

*QR Code* biasanya berbentuk persegi putih kecil dengan bentuk geometris hitam, meskipun sekarang banyak yang telah berwarna dan digunakan sebagai brand produk. Informasi yang dikodekan dalam *QR Code* dapat berupa URL (*Uniform Resource Locator*), nomor telepon, pesan SMS (*Short Message Service*), V-Card, atau teks apapun. *QR Code* telah mendapatkan standardisasi internasional ISO/IEC 18004 dan Jepang JIS-X-0510 (Muharom, 2016).

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan penting diberikan perusahaan kepada konsumennya agar dapat memenuhi harapan konsumennya. Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan keseluruhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Interaksi seseorang dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dikenal sebagai pelayanan. Pelayanan akan lebih besar dan bergantung pada apakah pemasaran jasa dapat merebut atau menarik minat pelanggan. (Mulyani, 2022). Kualitas pelayanan pada umumnya dipandang sebagai hasil dari sistem pelayanan yang diterima konsumen, dan pada prinsipnya bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta tekad untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas

pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan akan memberika (Suryani, 2014).

### **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Sangat penting untuk melakukan pengukuran kualitas internal, tetapi tidak ada gunanya jika pelanggan tidak puas dengan apa yang diberikan. Menurut Azizah (2019), persepsi seorang pelanggan terhadap kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang atau jasa. Dengan kata lain, seberapa baik atau buruk layanan yang diberikan oleh penyedia layanan bergantung pada persepsi konsumen. Dalam membentuk penilaian kualitas pelayanan, yang didasarkan pada perbandingan antara layanan yang diharapkan dan yang dirasakan dapat menggunakan lima dimensi yang dikenal dengan nama TERRA (Tjiptono & Chandra, 2016).

Menurut Suprianto (2023), penjelasan kualitas pelayanan dalam penerapan teknologi informasi sebagai berikut: (1) Bukti fisik (*tangibles*) adalah kemampuan suatu bisnis untuk memberi tahu pelanggan bahwa mereka ada. Penampilan dan kapasitas sarana dan prasarana fisik kafe dan lingkungan sekitarnya. Contoh nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa termasuk fasilitas fisik, peralatan, dan peralatan yang digunakan (teknologi). Pelayanan berbasis teknologi informasi berarti bahwa bisnis dapat memanfaatkan digitalisasi untuk proses bisnis dengan dukungan teknologi informasi. Teknologi ini dirancang sedemikian rupa sehingga konsumen mudah mengetahuinya melalui fiturnya dan bagaimana fasilitas yang ada dapat mendukungnya.. (2) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan individual atau pribadi kepada pelanggan dengan mempertimbangkan keinginan pelanggan. Dalam pelayanan berbasis TI, dimensi empati menunjukkan bahwa bisnis dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk mengatasi masalah dalam proses bisnis dengan bantuan teknologi informasi. Dimensi ini juga memperhatikan seberapa mudah konsumen menggunakan teknologi informasi.. (3) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang diharapkan kepada masyarakat, seperti kemampuan untuk memenuhi janji, memecahkan masalah, dan mengurangi kesalahan. Dimensi keandalan dalam pelayanan berbasis teknologi informasi bermakna bahwa dengan adanya dukungan teknologi informasi maka akan mampu melakukan proses pemesanan menu lebih cepat dan lebih akurat. (4) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu sikap tanggap, mau mendengarkan dan merespon masyarakat dalam upaya memuaskan masyarakat, misalnya: mampu memberikan informasi secara cepat, tepat, dan benar, tidak menunjukkan sikap acuh, serta mampu memberikan pertolongan dengan segera. Dimensi daya tanggap dalam pelayanan berbasis teknologi informasi bermakna bahwa dengan adanya dukungan teknologi informasi maka pelayanan akan mampu memberikan respons yang cepat akurat dari berbagai

informasi menu yang dibutuhkan konsumen, sehingga konsumen dapat memahami dan merasakan daya tanggap dengan cepat. Selain itu, bagaimana karyawan dapat membantu konsumen untuk memberikan pemahaman terkait teknologi informasi yang digunakan. (5) Jaminan (*assurance*) adalah kemampuan pelayan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan masyarakat melalui pengetahuan mereka, kesopanan mereka, dan kemampuan mereka untuk menghargai perasaan pelanggan. Dimensi jaminan dalam pelayanan berbasis teknologi informasi bermakna, dengan adanya dukungan teknologi informasi maka bisnis mampu memberikan konsumen rasa aman dalam bertransaksi dan mampu menjawab pertanyaan konsumen terkait teknologi informasi yang diterapkan.

Dengan menggunakan dimensi pengukuran kualitas pelayanan yang diukur melalui indikator-indikator akan memberikan hasil yang lebih akurat. Pengukuran kualitas pelayanan dilakukan untuk melihat dampak penerapan teknologi informasi pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat penting diukur untuk melihat seberapa puas konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan.

### **Pemesanan Menu**

Penerimaan suatu produk oleh pelanggan dan pengiriman produk sampai ke tangan pelanggan disebut sebagai pemesanan. (Hermawan & Kurnia, 2014). Pelanggan melakukan tindakan yang disebut "pemesanan" sebelum melakukan pembelian; ini adalah tindakan yang menggambarkan item informasi yang jelas, termasuk identifikasi item yang dipesan, apa yang dipesan, dan berapa banyaknya (Anggara dkk., 2023). Menurut KBBI, Menu adalah daftar atau rangkaian jenis makanan dan minuman yang tersedia dan dapat dihidangkan. Menu mencakup harga untuk tiap hidangan dan dibuat untuk menarik pelanggan agar mereka tertarik dan dapat membeli hidangan tersebut jika mereka tertarik. Menu juga mencakup daftar harga yang dapat disesuaikan dengan kemampuan pelanggan untuk membayar (Arsy, 2019). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pemesanan menu adalah proses memesan produk atau layanan yang tertera pada menu sesuai dengan permintaan konsumen. Pemesanan menu dilakukan ketika ingin membeli makanan dan minuman yang terdapat pada daftar menu saat berada di Kafe. Pemesanan menu dapat dilakukan depan kasir, ataupun menggunakan alat bantu seperti teknologi informasi.

### **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari sumber data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan langsung dari narasumber ataupun informan yang relevan. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner dan penyebaran kuesioner kepada 35

responden yang merupakan konsumen Kafe Pyur 2.0. Data sekunder adalah data yang mendukung penelitian ini. Dalam penelitian ini adalah data terkait menu yang tersedia pada Kafe Pyur 2.0.

Wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan dengan asisten manager operasional Kafe Pyur 2.0, kasir Kafe Pyur 2.0, dan konsumen Kafe Pyur 2.0. Observasi dilakukan untuk mengamati antrian yang terjadi pada Kafe Pyur 2.0. Dokumentasi mencakup data terkait informasi menu Kafe Pyur 2.0

## HASIL PENELITIAN

### Karakteristik Informan

**Tabel 1. Data Informan Wawancara**

No.	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan/Pekerjaan
1.	Erik	Laki-laki	Asisten Manager Operasional
2.	Lala	Perempuan	Kasir
3.	Try	Perempuan	Konsumen
4.	Dilla	Perempuan	Konsumen
5.	April	Perempuan	Konsumen

Sumber: Peneliti (2024)

Informan pada penelitian ini sebanyak 5 orang untuk metode wawancara dan 30 orang untuk metode kuesioner yang merupakan konsumen Kafe Pyur 2.0 yang akan menilai kualitas pelayanan Kafe Pyur 2.0 setelah karya diterapkan. Keseluruhan pemilihan informan tersebut dipilih dengan pertimbangan tertentu agar sesuai dengan apa yang diharapkan dalam penelitian ini, dan yang paling terpenting informan bersedia dan mampu memberikan informasi mengenai hal yang ingin diteliti.

### Analisis Masalah

Pemesanan menu yang dilakukan Kafe Pyur masih menerapkan cara manual yaitu konsumen mendatangi meja kasir setelah itu memilih menu yang diinginkan, lalu kasir akan menyebutkan ulang menu dan total harga yang harus dibayarkan setelah sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen membayar menu yang telah dipesankan dan kasir akan mencetak struk dan memberikan *waiting calls*. Seluruh rangkaian kegiatan itu dilakukan di depan kasir sehingga setiap konsumen memerlukan waktu yang lama. Apalagi beberapa konsumen sering bertanya terkait menu.

Kualitas pelayanan yang dimaksud pada penelitian ini adalah hasil seluruh sistem pelayanan Kafe Pyur 2.0 yang dapat diberikan secara maksimal kepada konsumen, agar harapan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi. Untuk mengukur kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 menggunakan dimensi TERRA yaitu *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), *reliability* (Kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) dan *assurance* (jaminan). Berdasarkan hasil wawancara terkait dua indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi *tangible* dapat disimpulkan bahwa dengan adanya

fasilitas memadai seperti *free Wi-Fi* pada Kafe Pyur 2.0, dapat dimanfaatkan dalam menerapkan teknologi informasi yang dapat membantu proses pelayanan. Mesin kasir yang digunakan yang berbentuk tablet dan sistem *self service* yang diterapkan dapat mendukung diterapkannya teknologi informasi yang disebut *self order* yang sejalan dengan *self service* yang telah diterapkan sejak pertama kali didirikannya Kafe Pyur 2.0. Dengan sistem *self service* yang saling terhubung dengan *self order* akan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik karena dari awal pesanan menu hingga selesai konsumen akan berperan dominan.

Hasil wawancara pada dimensi *empathy* dapat disimpulkan bahwa masalah antrian menjadi masalah serius yang harus diperhatikan karena sering menjadi keluhan konsumen. Penyebab antrian dikarenakan terkadang konsumen datang pada waktu yang bersamaan sehingga terjadi penumpukan antrian konsumen. Tak jarang, antrian tersebut menyebabkan kekesalan konsumen karena lamanya waktu menunggu. Selain itu, karyawan Kafe Pyur 2.0 memberikan perhatian kepada konsumen bahkan untuk tindakan-tindakan kecil yang dibutuhkan konsumen. Tetapi, kenyamanan konsumen masih terganggu akibat masalah antrian yang mengharuskan konsumen lama berdiri pada kasir dengan keadaan sekitar kasir yang rame sehingga memunculkan kerisihan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bersama konsumen Kafe Pyur 2.0 dapat disimpulkan bahwa dimensi *responsiveness* pada Kafe Pyur 2.0 belum maksimal untuk indikator penyampaian informasi yang jelas dan cepat dikarenakan informasi terkait stok menu disampaikan saat ingin melakukan transaksi depan kasir sehingga konsumen harus memilih opsi menu lain dan akan memakan waktu lama. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan untuk pengukuran dimensi *assurance* dengan menggunakan indikator perasaan aman ketika melakukan transaksi bersama kasir dan indikator karyawan berpengalaman luas sehingga mampu menjawab pertanyaan konsumen telah diterapkan dengan baik oleh Kafe Pyur 2.0.

## **Pendekatan Strategis**

### **Kualitas pelayanan**

Penilaian kualitas pelayanan di Kafe Pyur 2.0 dilakukan berdasarkan teori dari Tjiptono & Chandra (2016) bahwa kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan lima dimensi yang disebut TERRA yaitu, *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*. Dalam mewujudkan pelayanan konsumen yang berkualitas perlu dilakukan perubahan dan perbaikan mengarah pada terselesaikannya masalah yang menjadi keluhan konsumen. Pada penelitian ini dimensi *tangible* diukur menggunakan dua indikator yaitu fasilitas yang memadai dan teknologi yang mendukung pelayanan. Penerapan dimensi *tangible* belum dilakukan secara maksimal dikarenakan ada indikator yang belum terlaksana dengan baik seperti teknologi yang mendukung

Pada penelitian ini dimensi *empathy* diukur menggunakan dua indikator yaitu memenuhi kebutuhan pelanggan dalam mengatasi masalah dan karyawan memberikan perhatian dan rasa nyaman pada pelanggan. Penerapan dimensi *empathy* belum dilakukan secara maksimal dikarenakan indikator belum terpenuhi. Masalah antrian menjadi masalah yang sering menjadi keluhan konsumen Kafe Pyur 2.0. Hal tersebut dikarenakan konsumen yang datang bersamaan di waktu yang sama sehingga terjadi penumpukan antrian konsumen dan pemesanan menu masih dilakukan manual dan hanya dilayani oleh satu kasir. Sehingga masalah tersebut membuat konsumen merasa tidak nyaman untuk mengunjungi Kafe Pyur 2.0. Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah meminimalisir waktu pemesanan menu pada depan kasir dengan menerapkan sistem pemesanan menu sendiri yang disebut *self order*. Konsumen dapat memilih menu dimanapun tanpa harus berdiri depan kasir sehingga tidak terjadi penumpukan konsumen pada kasir. Konsumen dapat mengunjungi kasir ketika ingin melakukan transaksi pembayaran menu yang diinginkan, hal itu dapat menghemat waktu konsumen berinteraksi dengan kasir Kafe Pyur 2.0.

Kafe Pyur 2.0 belum menerapkan dimensi *reliability* secara maksimal dikarenakan pelayanan pemesanan menu yang diberikan masih lambat karena memakan waktu yang lama saat mengantri pada kasir. Hal tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan teknologi informasi yang dapat memudahkan konsumen dan mempercepat kinerja karyawan dalam pemesanan menu.

Majoo adalah aplikasi kasir yang lengkap untuk membantu bisnis berkembang dengan berbagai fitur yang dimilikinya. Salah satu fiturnya adalah toko *online* yang dapat dimanfaatkan dengan mengaktifkan *web online* untuk membuat website pemesanan menu yang dapat diakses oleh konsumen Kafe Pyur 2.0 dengan memindai *QR Code* yang telah disediakan oleh aplikasi majoo. Dengan menggunakan *QR Code* yang telah disediakan konsumen dapat melakukan pemesanan menu sendiri yang disebut *self order* untuk mendapatkan pelayanan pemesanan menu yang cepat dan tepat.

Pada dimensi *responsiveness* diukur menggunakan dua indikator yaitu penyampaian informasi yang jelas dan cepat dan karyawan selalu bersedia membantu konsumen. Penerapan indikator penyampaian informasi yang jelas dan cepat belum dilakukan secara maksimal pada informasi menu. Stok menu yang kosong akan disampaikan saat konsumen ingin melakukan pemesanan di depan kasir, sehingga hal tersebut menuntut konsumen untuk mencari menu lain yang dapat menimbulkan kebingungan dan membutuhkan waktu yang lama, dan hal tersebut berdampak pada pelanggan lain yang harus menunggu lama dalam antrian.

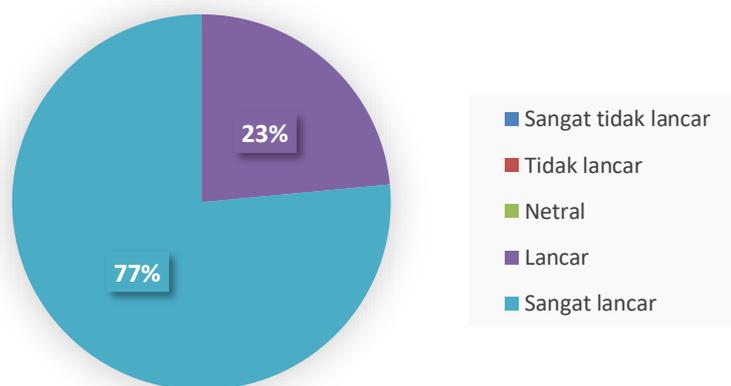
Masalah tersebut dapat diatasi dengan karyawan Kafe Pyur 2.0 yang harus memberikan informasi stok menu secara cepat. Salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi kasir majoo yang digunakan Kafe Pyur 2.0 dan diintegrasikan dengan *web online* yang dibuat sehingga konsumen dapat

melihat stok menu yang tersedia melalui *handphone*. Karyawan harus dapat menguasai aplikasi kasir sehingga dapat dengan mudah mengakses tablet yang tersedia untuk memperbarui stok menu. Dengan penerapan hal tersebut, karyawan tidak perlu menjelaskan kepada setiap konsumen untuk menu yang habis atau tidak tersedia karena konsumen dapat melihat sendiri pada *web online* Kafe Pyur 2.0 yang diakses memindai *QR Code* yang telah disediakan.

Pada dimensi *assurance* diukur menggunakan dua indikator yaitu perasaan aman ketika melakukan transaksi dengan karyawan dan karyawan yang berpengalaman luas sehingga dapat menjawab pertanyaan konsumen. Indikator tersebut diterapkan dengan maksimal oleh Kafe Pyur 2.0. Dapat dilihat pada hasil penelitian yang dibuktikan dengan hasil wawancara dengan konsumen yang merasa aman saat melakukan transaksi dan karyawan yang selalu menjawab pertanyaan konsumen.

## Hasil Penelitian

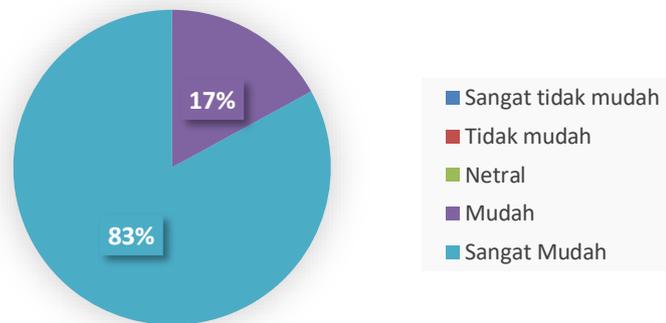
**Gambar 1. Akses Sistem Self Order**



**Sumber: Google form, 2024.**

Diketahui dari 35 responden, sebanyak 27 orang yang memilih sangat lancar dan 8 orang yang memilih lancar dalam mengakses sistem *self order* menggunakan fasilitas *free wi-fi* Kafe Pyur 2.0. Sistem *self order* hanya dapat diakses menggunakan jaringan internet sehingga dengan adanya *free wi-fi* yang jaringannya lancar dapat membantu konsumen untuk mengakses sistem tanpa perlu menggunakan data seluler konsumen. Dengan hal itu, indikator fasilitas memadai diterapkan dengan baik dan berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Kafe Pyur 2.0. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Stanley & Sidharta (2023) bahwa fasilitas tentunya sangat penting dan berguna bagi pelanggan karena dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam beraktivitas, peningkatan fasilitas yang berbentuk fisik maupun non fisik (layanan) akan meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung dan meningkatkan kualitas pelayanan.

**Gambar 2. Pemahaman Alur Pemesanan *Self Order***

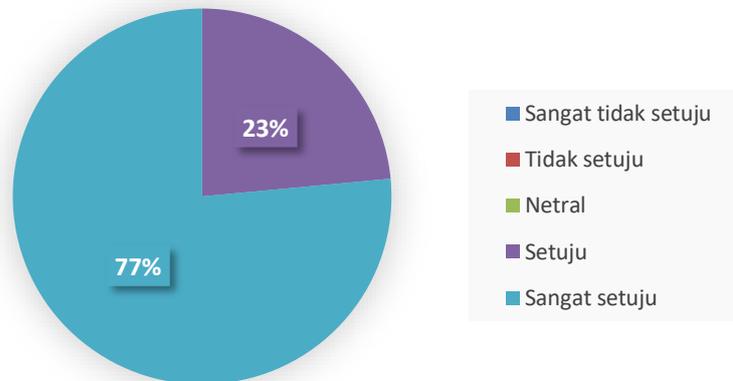


**Sumber: Google form, 2024.**

Diketahui 35 Responden, sebanyak 29 responden yang memilih sangat mudah dan 6 responden yang memilih mudah dalam memahami alur pemesanan menu pada *self order* yang telah diterapkan pada Kafe Pyur 2.0. Teknologi informasi harus menggunakan tampilan yang dapat memudahkan konsumen untuk mengoperasikannya. Dengan menggunakan Majoo, tampilan *web order* yang digunakan mudah untuk dipahami dikarenakan setiap tahapannya jelas sehingga konsumen mengerti untuk mengaplikasikan sistem *self order*. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Najmi (2017) bahwa prosedur dalam memberikan layanan diperlukan kejelasan dan kepastian dalam setiap tahapannya sehingga karyawan maupun konsumen mendapatkan kemudahan dalam rangka proses pelayanan. Dengan hal tersebut, indikator teknologi yang mendukung pelayanan diterapkan dengan baik karena dengan adanya *self order* akan membantu konsumen melakukan pemesanan menu secara mandiri.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *tangible* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator teknologi yang mendukung pelayanan. Teknologi informasi tersebut berbentuk sistem *self order* yang membantu konsumen untuk melakukan pemesanan menu secara sendiri. Dan memudahkan kasir untuk memberikan pelayanan pemesanan menu tanpa harus menghadapi banyaknya konsumen yang ingin melakukan pemesanan menu.

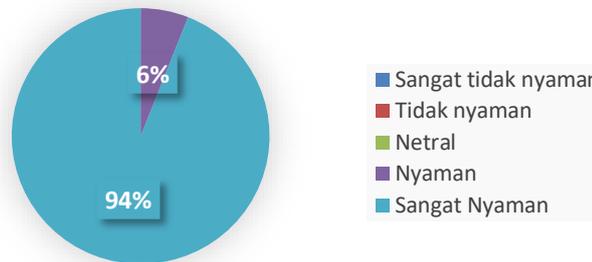
**Gambar 3. Dukungan Penerapan Self Order**



**Sumber: Google form, 2024**

Diketahui dari 35 responden, sebanyak 27 orang yang memilih sangat setuju dan 8 orang yang memilih setuju dengan diterapkannya *self order* dapat mengurangi antrian pada Kafe Pyur 2.0. Dengan adanya *self order*, konsumen tidak perlu mengantri depan kasir untuk melakukan pemesanan menu. Menu dapat dipesan melalui *handphone* dan dapat dilakukan dimanapun selama berada di Kafe Pyur 2.0. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayanti dkk. (2022) bahwa Pada proses pemesanan pada sistem informasi pelayanan berbasis web yang dirancang pembeli dapat memesan kapanpun dan dimanapun sesuai dengan cakupan wilayah yang telah ditentukan dapat mengatasi antrian. Selain itu, Konsumen mendatangi kasir ketika telah melakukan pesanan pada sistem dan menunjukkan bukti pesanan kemudian membayar pesanan sesuai dengan total harga yang tertera, sehingga dengan begitu interaksi antara kasir dan konsumen menjadi lebih ringkas dan tidak membutuhkan waktu yang lama dan hal tersebut mengurangi penumpukan antrian pelanggan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dzikria & Rizal (2023) bahwa dengan menggunakan aplikasi pemesanan mandiri maka pemesanan akan menjadi praktis karena tidak perlu menunggu orang lain saat pemesanan makanan dengan kata lain, sistem ini meminimalisir terjadinya antrian saat restoran ramai.

**Gambar 4. Kenyamanan Sistem *Self Order***

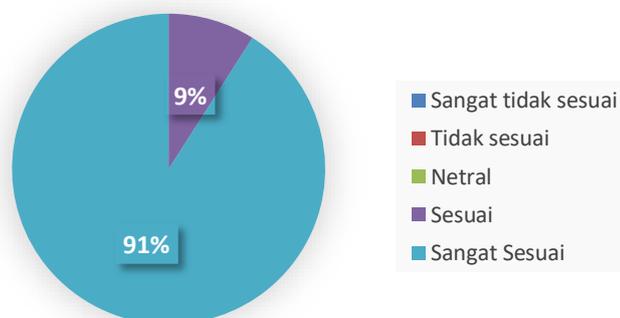


Sumber: *Google form, 2024.*

Diketahui dari 35 responden, sebanyak 33 orang yang memilih sangat nyaman dan 2 orang yang memilih nyaman dengan sistem *self order* yang digunakan. Penggunaan aplikasi kasir yang tepat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam menggunakan sistem *self order*. Pada penelitian ini, aplikasi kasir yang digunakan untuk penerapan *self order* adalah majoo. Aplikasi majoo telah digunakan oleh banyak UMKM di Indonesia karena dinilai mudah dalam pengaplikasiannya. Majoo menyediakan pilihan fitur dan tampilan untuk bisnis dalam merancang sistem *self order* mereka yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi majoo untuk penerapan *self order* sangat tepat sehingga konsumen nyaman saat menggunakan sistem *self order*.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *empathy* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator mengatasi masalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Masalah antrian yang menjadi keluhan konsumen dapat diminimalisir dengan diterapkan *self order*. Selain itu, sistem *self order* nyaman digunakan oleh konsumen sehingga konsumen dapat terus menggunakan *self order*.

**Gambar 5. Kesesuaian Sistem *Self Order* dengan Pemesanan**



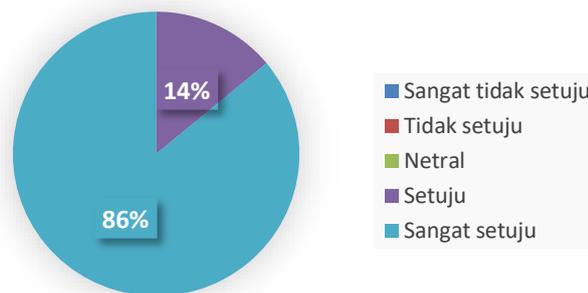
Sumber: *Google form, 2024.*

Diketahui dari 35 responden, sebanyak 32 orang yang memilih sangat sesuai dan 3 orang yang memilih sesuai dengan pemesanan menu yang diberikan sesuai permintaan konsumen. Menu yang

dipesan konsumen pada sistem *self order* akan langsung terintegrasi dengan aplikasi kasir sehingga pesanan tersebut langsung masuk pada tablet kasir, sehingga mengurangi kesalahan input menu yang disebabkan oleh kesalahan pelayanan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arsy (2019) bahwa Pencatatan pesanan menu secara manual kurang efisien dari isi waktu, dan kemungkinan sering terjadi kesalahan dalam pembuatan pesanan, namun hal tersebut dapat dikurangi dengan adanya kemajuan dan penggunaan teknologi, untuk melakukan pemesanan menu berbasis web.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *reliability* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator pelayanan yang cepat dan pesanan sesuai dengan permintaan. Dengan adanya *self order* pemesanan menu menjadi lebih cepat dan tepat.

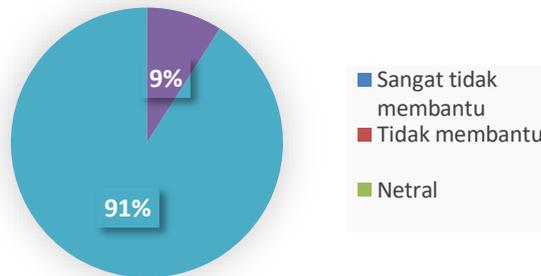
**Gambar 6. Kesesuaian Informasi Stok Menu**



**Sumber: Google form, 2024.**

Diketahui 35 Responden, sebanyak 30 responden yang memilih sangat setuju dan 5 responden yang memilih setuju bahwa dengan system *self order* informasi stok menu lebih *update* pada Kafe Pyur 2.0. Ketersediaan menu dapat diatur melalui aplikasi kasir majoo yang telah terpasang pada tablet kasir sehingga ketersediaan menu akan langsung terhubung dengan sistem *self order* yang telah dibuat melalui *web online* majoo. Stok menu akan lebih mudah diperbarui oleh kasir dan lebih *update* untuk konsumen ketika menggunakan sistem *self order*. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono & Danang (2021) bahwa dengan pemesanan melalui *QR Code* berbasis web informasi menu yang ditampilkan lebih banyak termasuk ketersediaan menu. Jadi pelanggan tidak perlu memesan kembali karena pesanan yang dipesannya sudah habis.

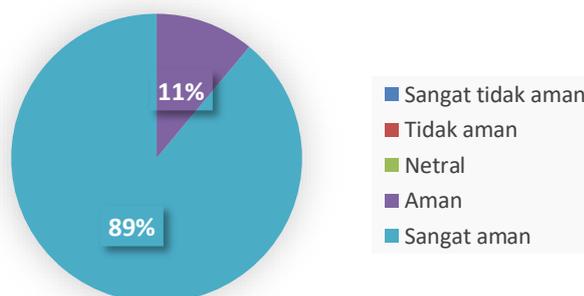
**Gambar 7. Responsivitas Karyawan terhadap Sistem *Self Order***



Sumber: *Google form, 2024.*

Diketahui 35 Responden, sebanyak 32 responden yang memilih sangat membantu dan 3 responden yang memilih membantu, saat konsumen meminta pertolongan kepada karyawan Kafe Pyur 2.0 dalam menggunakan *self order*. Karyawan yang ada pada bar atau meja kasir diharuskan untuk mengetahui prosedur penggunaan sistem *self order* sebelum penerapan sistem sehingga jika ada konsumen yang terkendala dalam penggunaan *self order* akan dibantu oleh karyawan. Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0. Karena dimensi *responsiveness* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator penyampaian informasi yang jelas dan cepat dan karyawan bersedia membantu konsumen. Dengan kerjasama karyawan yang ingin mempelajari *self order* maka dapat membantu konsumen untuk mengaplikasikan *self order* dan

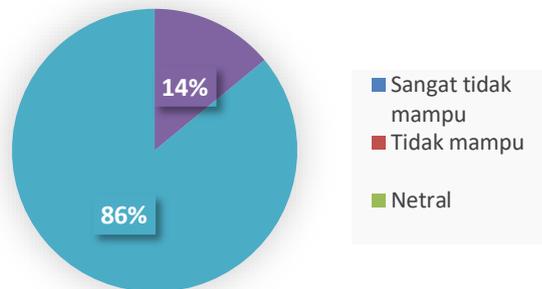
**Gambar 8. Keamanan Transaksi**



Sumber: *Googleform, 2024.*

Diketahui 35 Responden, sebanyak 32 responden yang memilih sangat aman dan 6 responden yang memilih aman ketika konsumen menggunakan sistem *self order*. Konsumen tidak perlu memasukkan data pribadi selain nama saat transaksi menggunakan sistem *self order*. Pembayaran yang dilakukan pada kasir sesuai dengan yang tertera di nota pesanan sehingga tidak ada perasaan was-was ketika transaksi.

**Gambar 9. Perbaikan Kualitas Layanan Melalui Sistem *Self Order***



Sumber: *Google form, 2024*

Diketahui 35 Responden, sebanyak 30 responden yang memilih sangat mampu dan 5 responden yang memilih mampu saat karyawan menjawab pertanyaan konsumen terkait sistem *self order*. Karyawan memberikan jaminan kepada konsumen melalui dapat menjawab pertanyaan konsumen terkait *self order*. Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0. Karena dimensi *assurance* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator perasaan aman ketika melakukan transaksi bersama karyawan kafe dan karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen. Dengan *self order* karyawan dapat memberikan jaminan berupa perasaan aman ketika melakukan pemesanan dan jaminan jika konsumen merasa kebingungan terkait *self order*.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan *self order* dapat memberikan dampak pada kualitas pelayanan yang menjadi lebih baik setelah diukur menggunakan dimensi kualitas pelayanan yang disebut TERRA yang terdiri dari *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap) dan *Assurance* (jaminan). Berdasarkan hasil pengukuran tersebut, ada beberapa masalah yang dapat diatasi yaitu pemesanan menu yang dapat dilakukan dimana saja pada ruang lingkup Kafe Pyur 2.0 sehingga tidak terjadi penumpukan konsumen yang menyebabkan terjadinya antrian, penyampain informasi ketersediaan menu yang lebih cepat dan tepat dan pemesanan menu yang lebih cepat.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *tangible* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator teknologi yang mendukung pelayanan. Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *empathy* dapat diterapkan dengan maksimal karena

memenuhi indikator mengatasi masalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0 karena dimensi *reliability* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator pelayanan yang cepat dan pesanan sesuai dengan permintaan. Dengan adanya *self order* pemesanan menu menjadi lebih cepat dan tepat.

Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0. Karena dimensi *responsiveness* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator penyampaian informasi yang jelas dan cepat dan karyawan bersedia membantu konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner diatas dapat disimpulkan bahwa dengan penerapan *self order* dapat memperbaiki kualitas pelayanan pada Kafe Pyur 2.0. Karena dimensi *assurance* dapat diterapkan dengan maksimal karena memenuhi indikator perasaan aman ketika melakukan transaksi bersama karyawan kafe dan karyawan mampu menjawab pertanyaan konsumen.

## REFERENSI

- Abel, E. E. & Obeten, E. (2015). Restaurant Customer Self-Ordering System : A Solution to Reduce Customer / Guest Waiting Time at the Point of Sale. *International Journal of Computer Applications*, 111(11), 19–22. DOI=10.5120/19583-1332.
- Alfaren, C., & Ariyanto, R. (2021). Self-Ordering Concept Food Ordering System in Restaurants. *Bit-Tech*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.32877/bt.v4i1.234>
- Anggara, D., Ambaradewi, N. L. G., & Bawantara, I. P. Y. (2023). Aplikasi Pemesanan Menu Pada Ederly Cafe Berbasis Android. *Jurnal Manajemen Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 2087–5312. <https://ojs.mahadewa.ac.id/index.php/jmti>
- Arsy, R. K. (2019). *Rancang Bangun Aplikasi Pemesanan Menu Cafe Berbasis Web* (Skripsi). Universitas Putera Batam, Batam.
- Aziz, R. (2022). Penerapan Rekomendasi Menu dan Self Order Pada Aplikasi E-Menu Restoran Menggunakan Metode Collaborative Filtering Berbasis Android. *Journal of Artificial Intelligence and Software Engineering (J-AISE)*, 2(1), 35–42. <https://doi.org/10.30811/jaise.v2i1.3875>
- Dedy Irawan, J., & Adriantantri, E. (2019). Pemanfaatan Qr-Code Sebagai Media Promosi Toko. *Jurnal Mnemonic*, 1(2), 56–61. <https://doi.org/10.36040/mnemonic.v1i2.39>
- Hermawan, I., & Kurnia, D. A. (2014). Sistem Informasi Pemesanan Paket Pengantin Berbasis WEB Pada Yuni Salon Duku Puntang Kabupaten Cirebon. *Jurnal Online ICT STMIK IKMI*, 12(10), 39-47.
- Lukiman, R., & Lestarianto, J. W. (2016). Pengaruh Penerapan Sistem Informasi Akuntansi, Pemanfaatan Sistem Informasi, Efektivitas Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi, Kepercayaan Atas Teknologi Sistem Informasi Akuntansi, Dan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Individu Karyawan. *Ultimaccounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 8(2), 46–65. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v8i2.581>
- Made, N., Kasandra, A. A., & Juliarsa, G. (2016). Pengaruh Kualitas Penerapan Sia, Pemanfaatan Dan Kepercayaan Teknologi Informasi Pada Kinerja Karyawan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas*

- Udayana*, 14(1), 539–547. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/11420>
- Mulyani, N. (2022). Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Diponegoro. In *Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh* (Issue 8.5.2017).
- Rizqiawan, H., & Novianto, I. (2023). Persepsi Pelanggan Pada Aspek Atmosfer Bisnis Kafe Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 628–652. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2613>
- Saeni, A. A., Sahar, N., Darsim, S. K. H., Dinulfy, L., Tumpu, M., Rachman, M. R., Pasoepati, I. G. P. A. G., Alpius, Rangan, P. R., Salle, R. K., AB, M. A., Tanje, H. W., Gusty, S., & Mulyana, A. S. (2020). *Pengembangan Inovasi dan Teknologi di Era Revolusi Industri 4.0 : Konsep dan Penerapan* (I. Marzuki, M. Chaerul, & N. Desi (eds.)). Tohar Media.
- Salsabiela. (2020). *Sistem Pemesanan Makanan Berkonsep Self-Ordering dan Berbasis Web Pada Rumah Makan* (Skripsi). Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta. [http://eprints.ums.ac.id/80889/1/naskah\\_publicasi\\_L200160091%283%29.pdf](http://eprints.ums.ac.id/80889/1/naskah_publicasi_L200160091%283%29.pdf)
- Saputra, J. E., & Kusumaningrum, A. P. (2022). Analisis Swot Penggunaan Media Online Instagram Sebagai Alat Promosi Di Cafe Kopipapi Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1802–1818. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2542>
- Suprianto, B. (2023). Literature Review : Penerapan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(2), 123–128. <https://doi.org/10.36982/jpg.v8i2.3015>
- Suryani. (2014). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah. *Al-Iqishad*, 6(2), 239–250. DOI:10.15408/ijies.v6i2.1233.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality and Satisfaction* (Edisi Ke-4). Yogyakarta : Penerbit Andi.