

ABSTRACT

Service quality is the expected level of excellence and control over the level of excellence to meet customer needs. Quality of service will affect customer satisfaction. Quality of service is very important to remember that a satisfied customer will come back to use the service and say good things about the company, because the perception of customers about the quality of the services are shaped and influenced by other customers.

The Company seeks to improve the quality of care by balancing between the dimensions of service quality with customer expectations of service. This is done in the company, so that the fit between customer expectations with the services provided by the company can be realized.

Based on the description the authors conducted a study that aims to determine how to respond to quality customer service and how much influence on customer satisfaction. The research was conducted at Alamanda's Café is located at Kampung Mekarluyu Kingdom Samarang KM5, Garut. The method used is descriptive analysis method, while the collected data, the authors use survey methods by distributing questionnaires to 300 (three hundred) of the respondents. Then, to find out how much the service quality affects customer satisfaction, the authors used statistical calculations by the method of SPSS version 11.5.

The results showed the majority of service quality performance in accordance with the expectations of the respondents, this can be seen from the company's efforts to improve the quality of care by increasing the dimensions of quality servants. Alamanda's Cafe has been providing services with good enough quality to its customers by 16.1% and the remaining 83.9% influenced by other factors such as the absence of one valet parking service.

Key words: Quality of Service, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan akan berpengaruh kepada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting mengingat bahwa pelanggan yang puas akan kembali mempergunakan jasa tersebut dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan, karena persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tersebut dibentuk dan dipengaruhi oleh pelanggan lain.

Perusahaan berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara menyeimbangkan antara dimensi kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan terhadap jasa. Hal ini dilakukan perusahaan, agar kesesuaian antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat terwujud.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, sedangkan dalam mengumpulkan data, penulis menggunakan metode survey dengan cara membagikan kuesioner kepada 300 (tiga ratus) orang responden. Kemudian, untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan, penulis menggunakan perhitungan statistik dengan metode SPSS versi 11.5.

Hasil penelitian sebagian besar menunjukkan kinerja kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan responden, hal ini dapat dilihat dari upaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara meningkatkan dimensi kualitas pelayan. *Alamanda's Cafe* telah memberikan pelayanan dengan kualitas yang cukup baik kepada pelanggannya sebesar 16,1% dan sisanya 83,9 % dipengaruhi faktor lain salah satunya seperti belum adanya layanan parkir valet.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Rerangka pemikiran.....	5
1.5.1 Kualitas Pelayanan.....	5
1.5.2 Kepuasan Pelanggan.....	6
1.5.3 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	7
1.5.4 Paradigma penelitian.....	8
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.	9
2.1.2 Konsep Inti Pemasaran.....	9
2.2 Bauran Pemasaran.	11
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.2.2 Unsur-unsur Bauran Pemasaran.....	12

2.2.3	Bauran Pemasaran Jasa.	14
2.3	Jasa.....	16
2.3.1	Pengertian Jasa.....	16
2.3.2	Karakteristik Jasa.....	17
2.3.3	Tingkatan/ Klasifikasi Jasa.....	18
2.3.4	Proses Pembelian Jasa.....	20
2.3.5	Pemasaran Jasa dan Strategi Pemasaran Jasa.....	21
2.3.6	Pemasaran Jasa dan Strategi Pemasaran Jasa.....	23
2.3.7	Kualitas Jasa.....	24
2.4	Kepuasan Konsumen.....	26
2.4.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	26
2.4.2	Pentingnya Kepuasan Konsumen/ Pelanggan.....	27
2.4.3	Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	29
2.4.4	Harapan dan Kepuasan Pelanggan.	30
2.5	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.....	34
2.6	Hipotesis 35	
BAB III: METODE PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian.....	36
3.1.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Operasional Variabel.....	36
3.3.1	Populasi.....	41
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Teknik pengumpulan data.....	42
3.5	Analisis Data.....	43
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	43
3.5.2	Uji Validitas.....	44
3.5.3	Uji Reliabilitas.....	45
BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Analisis Karakteristik Responden.....	46
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
4.2.1	Hasil PengujianValiditas.....	49
4.2.2	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	50
4.3	Analisis pengaruh pelayan terhadap kepuasan konsumen Alamanda's Cafe....	51

4.3.1 Analisis Korelasi.....	51
4.3.2 Koefisien Determinan.....	52
4.3.3 Analisis Regresi.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Paradigma Penelitian Kualitas Pelayanan Cafe Terhadap konsumen	8
Gambar 2 Proses Pembelian Jasa.....	21
Gambar 3 Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa.....	22
Gambar 4 GAP's Model of Service Quality.....	25
Gambar 5 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	27
Gambar 6 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan.....	31

DAFTAR TABEL

Tabel I Operasional Variabel.....	37
Tabel II Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert.....	44
Tabel III Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan.....	48
Tabel VII Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel VIII Hasil Pengujian Validitas.....	49
Tabel IX Hasil Reliabilitas.....	51
Tabel X Correlations.....	52
Tabel XI Model Summary.....	52
Tabel XII Coefficients.....	53
Tabel XIII Anova.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner
Lampiran B	Jurnal
Lampiran C	Data Mentah
Lampiran D	Regresi SPSS
Lampiran E	Reliabilitas
Lampiran F	Validitas