

## **ABSTRAK**

*Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen terhadap lima aspek kualitas pelayanan, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy yang berperan dalam kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Kafe “X” di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan studi metode deskriptif dengan teknik survei. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau masih menggunakan pelayanan Kafe “X”. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 30 orang.*

*Alat ukur yang digunakan berupa kuesioner yang terdiri dari 41 item dari expected service dan 40 item percived service. Uji validitas menggunakan rumus Rank Spearman dengan hasil item perceived service berkisar 0,300 antara hingga 0,570, sedangkan hasil item expected service berkisar antara 0,306 hingga 0,571. Uji reliabilitas untuk item perceived service diperoleh hasil reliabilitas sebesar 0,955 dengan kriteria reliabilitas tinggi sekali, sedangkan hasil reliabilitas untuk item expected service diperoleh hasil reliabilitas sebesar 0,983 dengan kriteria tinggi sekali.*

*Berdasarkan hasil uji pengolahan data secara statistik maka didapat hasil 83,3% konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan Kafe “X”. Ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan Kafe “X” ditunjukkan pada kelima aspek yaitu tangible, reliability, assurance, responsiveness, dan empathy.*

*Faktor-faktor yang berkaitan dengan ketidakpuasan konsumen adalah faktor word of mouth, implicit service promises, explicit service promises, enduring service intersifiers, personal needs, past experience, transitory service intersifiers. Dimana faktor-faktor tersebut yang membangun harapan konsumen pada pelayanan Kafe “X”. Faktor lain yang berkaitan dengan ketidakpuasan konsumen adalah image, dimana faktor tersebut menggambarkan ketidakpuasan yang tampak pada kenyataan pelayanan yang diterima atau pengaruh pada perceived service.*

*Saran bagi peneliti selanjutnya adalah perlu dipertimbangkan untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Bagi pihak Kafe “X” peneliti mengajukan saran agar pihak Kafe “X” menggarap fasilitas fisik yang ada serta menyediakan kotak saran bagi konsumen. Selain itu sebaiknya karyawan diberikan pelatihan mengenai cara memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.*

## **ABSTRACT**

*This research is intended to find out the idea of the clarity of customer satisfaction with five aspects of service quality, namely: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy that play a role in customer satisfaction with the quality of service Cafe "X" in the Bandung city. The researcher uses descriptive methode with survey as the technique to gather the data. The aimed population of this research is consumers who have or still use the service Cafe "X". The number of respondents is 30 persons.*

*The measuring instruments in this research are the questionnaires consisting of 41 items expected service and 40 items perceived service. Based on validity testing using Spearman Rank formula with the result of perceived service items ranged from 0,300 to 0,570 while the results expected service items ranged from 0,306 to 0,571. Reability tests for perceived service items is 0,955 and reliability criteria for items expected service is 0,983 with a very high criteria.*

*Based on the results of statistical data processing test results are obtained 83,3% of consumers are not satisfied with the quality of service Cafe "X". Dissatisfaction with the quality of service Cafe "X" shown in five aspects, namely tangible, reliability, assurance, responsiveness, and empathy.*

*Factors related to consumer dissatisfaction is an word of mouth, implicit service promises, explicit service promises, enduring service intersifiers, personal needs, past experience, transitory service intersifiers. Where these factors that build consumer expectations on service Cafe "X". Another factor related to consumer dissatisfaction is the image, which depicts disssatisfaction factor which looks at the reality of services received or perceived influence on service.*

*The recommendation for the next research is should be considered to conduct further research on customer satisfaction with service quality and customer loyalty. For the Cafe "X" the researchers propose suggestions for the cafe working on the existing physical facilities as well as providing advice for consumers box. In addition employeesshould be trained on how to provide services that meet consumer needs.*

## **DAFTAR ISI**

**HALAMAN**

### **LEMBAR JUDUL**

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.3.1 Maksud Penelitian.....	10
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	10

1.4	Kegunaan Penelitian.....	10
1.4.1	Kegunaan Teoritis.....	10
1.4.2	Kegunaan Praktis.....	11
1.5	Kerangka Pemikiran.....	11
1.6	Asumsi.....	22

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	Kepuasan konsumen.....	23
2.1.1	Definisi Kepuasan Konsumen.....	23
2.1.2	Tingkat Kepuasan Konsumen.....	24
2.1.3	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	26
2.2	Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	31
2.2.3	Model Gap Kualitas Pelayanan.....	34
2.2.4	Faktor yang Mempengaruhi Penilaian Kualitas Pelayanan..	36
2.2.4.1	Faktor <i>Expected Service</i> .....	36
2.2.4.2	Faktor <i>Perceived Service</i> .....	38

2.3	Kebutuhan.....	39
2.3.1	Definisi Teori Kebutuhan.....	39
2.3.2	Macam-macam Kebutuhan.....	41
2.4	Jasa.....	42
2.4.1	Pengertian Jasa.....	42
2.4.2	Karakteristik Jasa.....	42

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Rancangan Penelitian.....	44
3.2	Bagan Rancangan Penelitian.....	45
3.3	VARIABEL PENELITIAN DAN DEFINISI OPERASIONAL... ..	45
3.3.1	Variabel Penelitian.....	45
3.3.2	Definisi Operasional.....	45
3.4	Alat Ukur.....	47
3.4.1	Alat Ukur Kualitas Pelayanan.....	47
3.4.1.1	Rancangan Alat Ukur.....	48
3.4.1.2	Rincian Alat Ukur.....	48
3.4.2	Kuesioner Data Pribadi.....	51

3.5	Uji Coba Alat Ukur.....	51
3.5.1	Validitas.....	51
3.5.2	Reliabilitas.....	52
3.6	Teknik Sampling.....	54
3.6.1	Teknik Penarikan Sampel.....	54
3.6.2	Karakteristik Sampel.....	54
3.7	Teknik Analisis Data.....	55

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Gambaran Responden.....	56
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	56
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Jasa.....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	58
4.2.1	Tingkat Kepuasan Konsumen.....	58
4.2.2	Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen Terhadap	

Kualitas Pelayanan Jasa.....	59
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	73
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Teoritis.....	74
5.2.2 Saran Praktis.....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RUJUKAN**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian.....	45

## **DAFTAR TABEL**

3.1	Skala Penilaian.....	48
3.2	Kisi-kisi kuesioner.....	50
4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	56
4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
4.3	Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Jasa...	57
4.4	Tingkat Kepuasan Konsumen.....	58
4.5	Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek <i>Reliability</i> .....	59
4.6	Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek <i>Responsiveness</i> .....	59
4.7	Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek <i>Assurance</i> .....	60
4.8	Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek <i>Emphaty</i> .....	61
4.9	Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek <i>Tangible</i> .....	61
Lampiran IV.1	Hasil Validitas Harapan	
Lampiran IV.2	Hasil Validitas Kenyataan	
Lampiran V.1	Data Mentah Hasil Penelitian	
Lampiran VI.1	Hasil Data Pribadi dan Data Penunjang	
Lampiran VII.1	Tabulasi silang data penunjang faktor <i>Personal needs</i>	

- Lampiran VII.2 Tabulasi silang data penunjang faktor *Enduring service intensifiers*
- Lampiran VII.3 Tabulasi silang data penunjang faktor *Transitory service intensifiers*
- Lampiran VII.4 Tabulasi silang data penunjang faktor *Explicit service promises*
- Lampiran VII.5 Tabulasi silang data penunjang faktor *Implicit service promise*
- Lampiran VII.6 Tabulasi silang data penunjang faktor *Word of mouth*
- Lampiran VII.7 Tabulasi silang data penunjang faktor *Past experience*
- Lampiran VII.8 Tabulasi silang data penunjang faktor *Perceived service alternative*
- Lampiran VII.9 Tabulasi silang data penunjang faktor *Self perceived service roles*
- Lampiran VII.10 Tabulasi silang data penunjang faktor *Situasional factors*
- Lampiran VIII.1 Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek *Reliability*
- Lampiran VIII.2 Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek *Responsiveness*
- Lampiran VIII.3 Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek *Assurane*
- Lampiran VIII.4 Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek *Emphaty*

Lampiran VIII.5 Tingkat Kepuasan Konsumen pada aspek *Tangible*

Lampiran IX.1 Definisi Kafe

Lampiran IX.2 Profil Kafe “X”

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I Lembar Persetujuan
- Lampiran II Kuesioner Data Penunjang
- Lampiran III Kuesioner Kualitas Pelayanan
- Lampiran IV Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran V Data Mentah Hasil Penelitian
- Lampiran VI Data Pribadi dan Data Penunjang
- Lampiran VII Tabulasi Silang Data Penunjang
- Lampiran VIII Tingkat Kepuasan Konsumen
- Lampiran IX Profil Kafe “X”