

ABSTRAK

Rosalina Sofyan (0633013), Studi Deskriptif mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan kafe “X”. 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. Variabel penelitian ini adalah kepuasan konsumen yang dilandasi oleh teori Wyckof dan Lovelock (dalam Tjiptono, 2004), dan teori lain yang dapat digunakan adalah faktor- faktor yang mempengaruhi *Expected Service* dan *perceived service* (Zeithalm, 2003).

Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian yang penelitian deskriptif dengan teknik analisis distribusi frekuensi. Alat ukur yang digunakan berupa kuesioner yang terdiri dari 34 item dari *expected service* dan *perceived service*. Hasil uji validitas item *perceived service* berkisar 0.302 antara hingga 0.837, sedangkan hasil item *expected service* berkisar antara 0,306 hingga 0,821. Hasil reliabilitas untuk item *perceived service* adalah 0,901 dan hasil reliabilitas untuk item *expected service* adalah 0,929.

Berdasarkan hasil uji pengolahan data secara statistik maka didapat hasil 100% 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*.

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.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	
Abstrak	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Bagan.....	viii
Daftar Lampiran.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Ilmiah	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Asumsi Penelitian	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori tentang Jasa	19
2.1.1 Pengertian Jasa	19
2.1.2 Kualitas Jasa	18
2.1.2.1 <i>Expected Service</i>	20
2.1.2.2 <i>Perceived Service</i>	22
2.1.3 Model Kualitas Jasa	23
2.1.4 Aspek Kualitas Jasa	25

2.2 Kepuasan Konsumen	26
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	26
2.2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	28
2.2.3 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	29
2.3 Kebutuhan	32
2.3.1 Definisi Teori Kebutuhan	32
2.3.2 Macam-macam Kebutuhan	33
2.4 Pengertian Dewasa Awal	34
2.4.1 Ciri-ciri Masa Dewasa Awal	34
2.4.2 Tugas Perkembangan Masa Dewasa Awal	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	38
3.2 Bagan Rancangan Penelitian	39
3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.3.1 Variabel Penelitian.....	39
3.3.2 Definisi Operasional.....	40
3.4 Alat Ukur Penelitian	41
3.4.1 Kuesioner Kepuasan Konsumen.....	41
3.4.1.1 Rincian Alat Ukur.....	42
3.4.1.2 Data Pribadi dan Data Penunjang	44
3.4.2 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	45
3.4.2.1 Validitas Alat Ukur	45
3.4.2.2 Reliabilitas Alat Ukur	47
3.5 Populasi Sasaran	48
3.6 Teknik Analisis	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden	50
4.1.1 Gambaran Responden berdasarkan Usia	50
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	51

4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Jasa	51
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Tingkat Kepuasan Konsumen	52
4.2.2 Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa	52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	65
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Teoritis	67
5.2.2 Saran Praktis	68
 Daftar Pustaka	 70
 Daftar Rujukan	 71
 Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator dan Penomoran Item	42
Tabel 3.2 Skala Penilaian	43
Tabel 3.3 Tingkat Kepuasan Konsumen	44
Tabel 3.4 Kisi-kisi Data Penunjang	44
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan rentang Usia	50
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.3 Gambaran Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Jasa	51
Tabel 4.4 Tingkat Kepuasan Konsumen	52
Tabel 4.5 Tingkat Kepuasan Konsumen pada Aspek <i>Tangible</i>	52
Tabel 4.6 Tingkat Kepuasan Konsumen pada Aspek <i>Reliability</i>	53
Tabel 4.7 Tingkat Kepuasan Konsumen pada Aspek <i>Assurance</i>	53
Tabel 4.8 Tingkat Kepuasan Konsumen pada Aspek <i>Responsiveness</i>	54
Tabel 4.9 Tingkat Kepuasan Konsumen pada Aspek <i>Empathy</i>	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pemikiran	17
Bagan 3.1 Rancangan Penelitian	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Alat Ukur data penunjang
 Kuesioner data penunjang
 Kuesioner kepuasan konsumen
- Lampiran 2 Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur
 Validitas alat ukur
 Reliabilitas alat ukur
- Lampiran 3 Perhitungan Skor *Expected Service* dan *Perceived Service*
- 3.1 Perhitungan Skor *Expected Service*
- 3.1.1 Perhitungan Skor *Tangible*
- 3.1.2 Perhitungan Skor *Reliability*
- 3.1.3 Perhitungan Skor *Assurance*
- 3.1.4 Perhitungan Skor *Responsiveness*
- 3.1.5 Perhitungan Skor *Empathy*
- 3.2 Perhitungan *Perceived Service*
- 3.2.1 Perhitungan Skor *Tangible*
- 3.2.2 Perhitungan Skor *Reliability*
- 3.2.3 Perhitungan Skor *Assurance*
- 3.2.4 Perhitungan Skor *Responsiveness*
- 3.2.5 Perhitungan Skor *Empathy*
- Lampiran 4 Tingkat Kepuasan Konsumen
- 4.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Tangible*
- 4.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Reliability*
- 4.3 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Assurance*
- 4.4 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Responsiveness*

4.5 Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Dimensi *Empathy*

Lampiran 5 Data Penunjang mentah

Lampiran 6 Tabulasi silang antara kepuasan konsumen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *expected service* dan *perceived service*

6.1 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *personal needs*

6.2 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Enduring service intensifiers*

6.3 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Transitory service intensifiers*

6.4 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Perceived service alternative*

6.5 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Self perceived service roles*

6.6 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Situational factor*

6.7 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Explicit service promises*

6.8 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Implicit service promises*

6.9 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Word of mouth*

6.10 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Past experience*

6.11 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Image*

6.12 Tabulasi Silang antara Kepuasan Konsumen dengan *Price*

Lampiran 7 Definisi kafe dan Sejarah Kafe “X”