

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, penulis menganalisis kualitas pelayanan Lisung Coffee Station terhadap tingkat kepuasan konsumen dengan metode pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara, menyebarkan kuesioner kepada 50 responden, dan observasi langsung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pelayanan Lisung Coffee Station, tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan Lisung Coffee Station, tingkat kepuasan pelanggan Lisung Coffee Station, dan pengaruh kualitas pelayanan Lisung Coffee Station terhadap tingkat kepuasan konsumen Lisung Coffee Station.

Secara umum, pelaksanaan pelayanan yang telah dilakukan oleh Lisung Coffee Station ada pada kategori menengah (standar). Berdasarkan observasi dan pengamatan penulis yang dilakukan di Lisung Coffee Station, pelaksanaan kualitas pelayanan terutama pada indikator kenyamanan kesejukan udara ruangan dan tempat duduk Lisung Coffee Station sudah baik. Sedangkan pelaksanaan kualitas pelayanan terutama pada indikator ketersediaan tempat parkir bagi pelanggan Lisung Coffee Station masih perlu diperbaiki. Hal ini berdampak pada tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Lisung Coffee Station. Secara garis besar, responden menyatakan bahwa kenyamanan kesejukan udara ruangan dan tempat duduk di Lisung Coffee Station sudah cukup baik sedangkan mengenai ketersediaan tempat parkir yang memadai dan akses menuju Lisung Coffee Station masih perlu diperbaiki.

Data-data yang telah didapat dari kuesioner, yang dibagikan kepada responden, kemudian diolah untuk menjawab dari semua tujuan penelitian dengan menggunakan *software* SPSS versi 13. Dalam analisis koefisien korelasi Pearson maka didapat r sebesar 0,464, yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang cenderung lemah (moderat) antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen. Hasil koefisien determinasi (KD) sebesar 21,53%, yang berarti kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yang diuji dan sisanya sebesar 78,47% dipengaruhi oleh variabel – variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian. Dengan menggunakan uji t maka di dapat hasil $t_{hitung} (3,628) > t_{tabel} (2,01)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Artinya, terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Dalam analisis regresi dengan model $Y = a + bX$ didapati nilai konstanta a sebesar 6,158 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,248 sehingga model regresi adalah $Y = 6,158 + 0,248 X$, yang berarti nilai konstanta a memiliki arti bahwa ketika variabel kualitas pelayanan (X) bernilai nol atau tingkat kepuasan konsumen (Y) tidak dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, maka rata – rata tingkat kepuasan konsumen sebesar 6,158. Sedangkan koefisien regresi b memiliki arti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar satu satuan, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,248. Dengan menggunakan uji F maka di dapat hasil $F_{hitung} (13,160) > F_{tabel} (4,04)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Agar mencapai tingkat kepuasan konsumen yang optimal, maka Lisung Coffee Station perlu meningkatkan kualitas pelayanannya terutama pada segi akses dan ketersediaan tempat parkir yang memadai bagi pelanggannya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kontribusi Penelitian.....	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
1.6 Metode Penelitian	11
1.6.1 Definisi variabel.....	11
1.6.2 Jenis dan Sumber Data	11
1.6.3 Teknik Pengumpulan Data	12
1.6.4 Sampling Design	14
1.6.5 Teknik Pengolahan Data	14
1.6.6 Validitas dan Reliabilitas	17
1.7 Lokasi Penelitian.....	17
1.8 Sistematika Penulisan	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Umum Mengenai Pemasaran.....	19
2.2 Bauran Pemasaran.....	20
2.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	20
2.2.2 Elemen Bauran Pemasaran.....	21
2.3 Jasa	
2.3.1 Pengertian Jasa	23
2.3.2 Karakteristik Jasa	24
2.3.3 Klasifikasi jasa	25
2.3.4 Bauran Pemasaran Dalam Jasa	26
2.4 Kualitas Pelayanan	
2.4.1 Pengertian Kualitas	29
2.4.2 Pengertian Pelayanan	30
2.4.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.4.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	32
2.4.5 Kesenjangan – kesenjangan pada Kualitas Pelayanan.....	36
2.5 Kepuasan Pelanggan	
2.5.1 Pengertian Kepuasan	38
2.5.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	39
2.5.3 Model Kepuasan Pelanggan	43
2.5.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	44
2.5.5 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	45
2.6 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan.....	47

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	51
3.2 Variabel Penelitian	51
3.3 Sumber Data	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.5 Sampling Design	58
3.6 Teknik Pengolahan Data	64
3.6.1 Analisis Korelasi	66
3.6.2 Uji t	71
3.6.3 Koefisien Determinasi	72
3.6.4 Analisis Regresi	72
3.6.5 Uji F	74
3.7 Validitas dan Reliabilitas	75
3.7.1 Uji Validitas	75
3.7.2 Uji Reliabilitas	76

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lisung Coffee Station	78
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	78
4.1.2 Struktur Organisasi Lisung Coffee Station	78
4.2 Kiat – kiat yang Dilakukan Lisung Coffee Station Dalam meningkatkan Kualitas Pelayanan	80
4.3 Tanggapan Responden tentang Kualitas Pelayanan dari Lisung Coffee Station	85

4.3.1 Profile Responden	85
4.3.2 Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Lisung Coffee Station	87
4.3.2.1 Keandalan (<i>Reliability</i>)	87
4.3.2.2 Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	90
4.3.2.3 Jaminan (<i>Assurance</i>)	93
4.3.2.4 Empati (<i>Emphaty</i>)	97
4.3.2.5 Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	101
4.3.2.6 Kesimpulan Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	106
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Konsumen yang Didapat Dari Kualitas Pelayanan Lisung Coffee Station.....	109
4.3.4 Kesimpulan Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen	116
4.4 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Lisung Coffee Station	117
4.4.1 Koefisien Korelasi	117
4.4.2 Koefisien Determinasi	118
4.4.3 Pengujian Keberartian Koefisien Korelasi	118
4.4.4 Analisis Regresi	119
4.4.5 Pengujian Keberartian Koefisien regresi	120
4.5 Validitas dan Reliabilitas	
4.5.1 Validitas	121

4.5.2 Reliabilitas	123
--------------------------	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	125
----------------------	-----

5.2 Saran	127
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA	128
-----------------------------	------------

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	7
Gambar 2.1 <i>Service Quality Model</i>	37
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	41
Gambar 2.3 Dua Tingkatan Harapan	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lisung Coffee Station	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Operasional	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	86
Tabel 4.2 Usia Responden	86
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	86
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan Responden	86
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Mengunjungi Lisung Coffee Station Dalam Waktu 1 Bulan	87
Tabel 4.6 Keandalan Proses Pelayanan Lisung Coffee Station	88
Tabel 4.7 Lisung Coffee Station Memberikan Pelayanan Secara Tepat Sejak Awal	89
Tabel 4.8 Lisung Coffee Station Selalu Tepat Dalam Memenuhi Janji yang Diberikan	90
Tabel 4.9 Ketanggapan Karyawan Lisung Coffee Station dalam Menangani Masalah	91
Tabel 4.10 Kecepatan Respon Karyawan Lisung Coffee Station Terhadap Permintaan Pelanggan	92
Tabel 4.11 Kesiediaan karyawan Lisung Coffee Station dalam Menjawab Pertanyaan Pelanggan	93
Tabel 4.12 Cara Karyawan Lisung Coffee Station dalam Menumbuhkan Kepercayaan Pelanggan	94
Tabel 4.13 Keamanan Dalam Melakukan Transaksi di Lisung Coffee Station ..	95
Tabel 4.14 Kesopanan Karyawan Lisung Coffee Station Dalam Melayani Pelanggan	96

Tabel 4.15 Reputasi Manajemen Lisung Coffee Station	97
Tabel 4.16 Perhatian Individual yang Diberikan Kepada Pelanggan	98
Tabel 4.17 Akses Menuju Lisung Coffee Station	99
Tabel 4.18 Karyawan Lisung Coffee Station dapat Memahami Kebutuhan Pelanggan	100
Tabel 4.19 Kejelasan Informasi tentang Produk dan Jasa yang Ditawarkan Lisung Coffee Station	101
Tabel 4.20 Kenyamanan Tempat Duduk Lisung Coffee Station	102
Tabel 4.21 Kenyamanan Kesejukan Udara Lisung Coffee Station	103
Tabel 4.22 Ketersediaan Fasilitas Penunjang Lisung Coffee Station	104
Tabel 4.23 Penampilan karyawan Lisung Coffee Station	105
Tabel 4.24 Ketersediaan Tempat Parkir Lisung Coffee Station	106
Tabel 4.25 Skor Rata-rata Variabel X	107
Tabel 4.26 Skor Rata-rata Tertinggi Variabel X	108
Tabel 4.27 Skor Rata-rata Terendah Variabel X	109
Tabel 4.28 Akan Membeli Lebih Banyak Produk Yang Ditawarkan Lisung Coffee Station	110
Tabel 4.29 Akan Setia Lebih Lama Pada Produk/Jasa Lisung Coffee Station...	111
Tabel 4.30 Akan Membeli Produk Yang Telah Disempurnakan Oleh Lisung Coffee Station	112
Tabel 4.31 Akan Memuji Lisung Coffee Station Kepada Orang Lain	

Tabel 4.32 Akan Memuji Produk/Jasa Yang Diberikan Lisung Coffee Station	
Kepada Orang Lain	114
Tabel 4.33 Tidak Terpengaruh Terhadap Merek Dan Iklan Dari Cafe Lain	114
Tabel 4.34 Jika Memiliki Suatu Gagasan Produk/Jasa Akan Menawarkannya	
Kepada Lisung Coffee Station	115
Tabel 4.35 Skor Rata-rata Variabel Y	116
Tabel 4.36 <i>Correlations</i>	117
Tabel 4.37 <i>Coefficients</i>	119
Tabel 4.38 Uji Validitas	122
Tabel 4.39 <i>Reliability Statistic X</i>	123
Tabel 4.40 <i>Reliability Statistic Y</i>	124