

## ABSTRAK

Pada saat ini bisnis jasa penyedia makanan telah berkembang pesat, khususnya di kota Bandung berbagai macam jenis makanan, cara penyajian dan pelayanan khusus banyak ditawarkan. Salah satunya adalah konsep bisnis jasa penyedia makanan yang disebut kafe. Konsep bisnis ini telah banyak diminati masyarakat perkotaan, sesuai dengan gaya hidup masyarakatnya yang berubah-ubah. Pada bisnis kafe ini ditawarkan pelayanan yang lebih dari sekedar makanan untuk memuaskan rasa lapar hingga pelayanan hiburan yang dapat membuat konsumen merasa betah dan nyaman untuk berlama-lama di kafe tersebut.

Kafe Double Steak terletak di jalan Jawa no.46, Bandung, kafe ini berdiri sejak tanggal 19 Juli 2004. Dalam usianya yang masih muda ini, kafe Double Steak terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar konsumen merasa puas dan bersedia untuk datang kembali. Dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengetahui dimensi-dimensi kualitas pelayanan (variabel X) yang dapat memuaskan konsumen dan pengaruhnya terhadap sikap konsumen (variabel Y) pasca pembelian.

Dalam penelitian ini penulis meneliti konsumen yang datang dengan cara membagikan kuesioner kepada 150 orang responden, lalu dilakukan analisis secara kuantitatif dengan persentase frekuensi dan mendeskripsikannya dalam tabel yang sistematis. Selain itu, penulis juga melakukan analisis kuantitatif dengan uji statistik dengan melakukan pengujian koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap sikap konsumen. Berdasarkan hasil pengolahan data diketahui bahwa subvariabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh terhadap sikap konsumen, sedangkan subvariabel *tangible* tidak berpengaruh terhadap sikap konsumen. Berdasarkan hasil ANOVA, dapat diketahui juga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap sikap konsumen. Dalam pengukuran besarnya kontribusi kualitas pelayanan terhadap sikap konsumen dapat diketahui yaitu sebesar 45,8%.

Berdasarkan hasil analisis di atas, penulis menyimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap sikap konsumen pasca pembelian. Karena itu, pihak kafe Double Steak harus terus berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan sikap konsumen yang positif tersebut. Salah satunya adalah dengan cara memberikan diskon dan penawaran khusus bagi para pelanggannya. Secara keseluruhan pihak kafe harus terus mempertahankan dan meningkatkan dimensi kualitas pelayanan yang sudah baik dan memperbaiki dimensi kualitas pelayanan yang masih kurang baik.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK</b>	i
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b>	ii
<b>DAFTAR ISI</b>	v
<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.5. Kerangka Pemikiran	5
1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Jasa	10
2.1.1. Pengertian Jasa	10
2.1.2. Pengertian Pemasaran Jasa	13
2.1.3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Perusahaan Jasa	16
2.1.4. Klasifikasi Jasa	20
2.1.5. Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa	23
2.2. Kafe atau Restoran	24
2.2.1. Pengertian Kafe atau Restoran	25
2.2.2. Tipe – tipe Restoran	26

2.2.3.	Syarat dan Sifat yang Harus Dimiliki oleh Petugas Restoran	27
2.2.4.	Tipe – tipe Dasar Pelayanan di Restoran	28
2.3.	Kualitas Pelayanan Jasa	29
2.3.1.	Pengertian Kualitas	30
2.3.2.	Pengertian Kualitas Pelayanan	30
2.4.	Kepuasan Konsumen	33
2.4.1.	Pengertian Kepuasan Konsumen	33
2.4.2.	Konsep Kepuasan Konsumen	34
2.4.3.	Strategi Kepuasan Konsumen	37
2.4.4.	Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen	40
2.5.	Sikap Konsumen Pasca Pembelian	43
2.5.1.	Tanda – tanda Konsumen Yang Puas	44
2.5.2.	Memahami Perilaku Konsumen yang Tidak Puas	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Metode dan Jenis Penelitian	47
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.	Operasionalisasi Variabel	48
3.4.	Metode Pengambilan Sampel	50
3.5.	Metode Analisis Data	50

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	54
4.2.	Deskripsi Pekerjaan dan Bagan Perusahaan	57
4.3.	Pelaksanaan Dimensi – dimensi Kualitas Jasa di kafe Double Steak	59

4.3.1. Reliability	59
4.3.2. Responsiveness	60
4.3.3. Assurance	61
4.3.4. Emphaty	62
4.3.5. Tangible	63
4.4. Profil Responden	64
4.4.1. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Dimensi Kualitas Pelayanan	70
4.4.2. Analisis Sikap Konsumen Kafe Double Steak	76
4.5. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Sikap Konsumen dengan Uji Statistik	78
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan	82
5.2. Saran	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	86
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel X : Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 3.2.	Operasionalisasi Variabel Y : Sikap Konsumen.....	48
Tabel 4.1.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.3.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili .....	65
Tabel 4.5.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran untuk Makan di Luar Rumah per Bulan.....	66
Tabel 4.6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Kunjungan ke Kafe Double Steak.....	66
Tabel 4.7.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Lamanya Mengenal Kafe Double Steak.....	67
Tabel 4.8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Informasi yang Diperoleh tentang Kafe Double Steak .....	67
Tabel 4.9.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis dan Waktu Santapan ...	68
Tabel 4.10.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Teman Berkunjung .....	69
Tabel 4.11.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Alasan Berkunjung .....	69
Tabel 4.12.	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Subvariabel Reliability ..	71

Tabel 4.13.	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Subvariabel Responsiveness .....	72
Tabel 4.14.	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Subvariabel Assurance ..	72
Tabel 4.15.	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Subvariabel Emphaty ....	73
Tabel 4.16.	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Subvariabel Tangible .....	74
Tabel 4.17.	Deskripsi Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Secara Keseluruhan .....	76
Tabel 4.18.	Deskripsi Sikap Responden Kafe Double Steak.....	76
Tabel 4.19.	Tabel Koefisien Regresi.....	79
Tabel 4.20.	Tabel ANOVA.....	80
Tabel 4.21.	Tabel Koefisien Determinasi .....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Bagan Kerangka Pemikiran	49
Gambar 4.1. Bagan Organisasi Kafe Double Steak	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner