

ABSTRAK

Eye 2 Eye merupakan sebuah café yang berlokasi di jalan Surya Sumantri nomor 86 Bandung. Seiring dengan semakin banyaknya café yang sejenis, mengakibatkan persaingan semakin ketat. Masalah yang terjadi adalah target penjualan *cafe* ini tidak tercapai sepenuhnya. Tidak tercapainya penjualan disebabkan karena adanya penurunan jumlah pengunjung (dibandingkan dengan jumlah pengunjung pada tahun pertama didirikannya *Cafe Eye 2 Eye*). Penurunan jumlah pengunjung dapat terjadi karena persepsi konsumen terhadap *Cafe Eye 2 Eye* yang semakin buruk. Adapun identifikasi dari masalah yang dihadapi adalah : 1) *Cafe Eye 2 Eye* Berada pada peringkat kelima *Top Of Mind* dan *Brand Recall* berada pada peringkat ketujuh ; 2) Bahwa terdapat orang yang sama sekali tidak mengetahui *Cafe Eye 2 Eye* (*Unaware of Brand*); 3) dan terdapat sebagian dari responden yang tidak bersedia mengunjungi kembali *cafe Eye 2 Eye*.

Model yang digunakan untuk pengolahan data dan analisis adalah uji hipotesis ketidakpuasan, analisis variansi (ANOVA), uji Duncan, *Importance Performance Analysis* 4 kuadran, *Importance Performance Analysis* 6 kuadran, kemudian dilakukan penentuan target perbaikan terhadap setiap atribut. Proses pengumpulan data menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 111 responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan hasil pengolahan data uji hipotesis diperoleh bahwa terdapat 5 atribut yang menyatakan bahwa konsumen belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kelima atribut tersebut yaitu ketersediaan ruang makan khusus *smoking area*, kecepatan penyajian makanan setelah pemesanan, kesesuaian harga dengan porsi menu makanan yang dipesan, kenyamanan tempat duduk di ruang makan, dan kebersihan sarana pendukung (*toilet*, *washtafel*, dll). Berdasarkan *Importance Performance Analysis* 4 kuadran diperoleh 1 atribut berada pada kuadran *underact*, 14 atribut berada pada kuadran *maintain*, 12 atribut berada pada kuadran *low priority*, 2 atribut berada pada kuadran *overact*. Pada pengolahan menggunakan uji ANOVA dan uji Duncan diketahui bahwa *Cafe Eye 2 Eye* berada pada peringkat ke-3 dan 28 atribut memiliki perbedaan performansi yang signifikan dengan para pesaingnya. Pada pengolahan menggunakan *Importance Performance Analysis* 6 kuadran diperoleh hasil di atas rata-rata bahwa terdapat 14 atribut pada kuadran mutlak tertinggal dan 1 atribut pada kuadran bersaing. Berdasarkan target prioritas yang telah dikelompokkan terdapat 3 kelompok dengan 15 atribut yang membutuhkan prioritas perbaikan.

Untuk memperbaiki atribut yang memiliki persepsi kurang baik, beberapa usulan yang dapat diberikan antara lain melakukan perbaikan terhadap fasilitas sarana pendukung, usulan terhadap para pelayan dan petugas kebersihan, variasi menu makanan dan minuman, fasilitas hiburan, potongan harga dan promo, ketersediaan produk, kebersihan dan kesegaran makanan, keindahan dan penataan ruangan serta pencahayaan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah	1-6
1.4. Perumusan Masalah	1-6
1.5. Tujuan Penelitian	1-6
1.6. Sistematika Penulisan	1-7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kualitas Jasa	2-1
2.2 Brand Equity (Ekuitas Merek)	2-3
2.3 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	2-4
2.4 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	2-5
2.5 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-6
2.6 <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	2-8
2.7 <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran	2-8
2.8 Analisis Variansi (ANOVA)	2-9
2.9 Uji Duncan	2-12
2.10 Teknik Sampling	2-13
2.11 Skala Pengukuran	2-15
2.12 Penentuan Ukuran Sampel	2-17
2.13 Cara Pengumpulan Data	2-18
2.14 Uji Validitas	2-19
2.15 Uji Reliabilitas	2-19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-1
3.1.1 Wawancara dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-1
3.1.2. Latar Belakang Masalah	3-1
3.1.3 Identifikasi Masalah	3-1
3.1.4 Pembatasan Masalah	3-4
3.1.5 Perumusan Masalah	3-4
3.1.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.2 Tinjauan Pustaka	3-5
3.3 Penentuan Model Penelitian	3-5
3.4 Penentuan Populasi	3-5
3.5 Pencarian Variabel Penelitian	3-6
3.6 Penyusunan Kuesioner Uji Coba	3-7
3.6.1 Kuesioner Tingkat Kepentingan	3-7
3.6.2 Kuesioner Tingkat Performansi dan Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	3-8
3.7 Validasi Konstruksi	3-8
3.8 Penyebaran Kuesioner Uji Coba	3-9
3.9 Pengujian Instrumen	3-9
3.9.1 Uji Validitas	3-9
3.9.2 Uji Reliabilitas	3-9
3.10 Penentuan Teknik Sampling	3-10
3.11 Penentuan Jumlah Sampel untuk Kuesioner Penelitian	3-10
3.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.13 Pengujian Kuesioner Penelitian	3-11
3.14 Pengujian Kecukupan Data	3-11
3.15 Pengolahan Data	3-11
3.15.1 Pengujian Hipotesis	3-11
3.15.2 Analisis Varians (ANOVA)	3-12
3.15.3 Uji Duncan	3-12

3.16 Analisis	3-13
3.16.1 <i>Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran</i>	3-13
3.16.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA) 6 Kuadran</i>	3-13
3.16.3 Prioritas Target Perbaikan	3-14
3.17 Usulan	3-14
3.18 Kesimpulan dan Saran	3-14
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Perusahaan	4-1
4.2 Cara Penyebaran Kuesioner	4-2
4.3 Cara Pengumpulan Data	4-2
4.3.1 Kuesioner	4-2
4.3.1.1 Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.3.1.2 Kuesioner Uji Coba	4-2
4.3.1.3 Kuesioner Penelitian	4-3
4.3.2 Data Kuesioner	4-3
4.3.2.1 Data Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3.2.2 Data Kuesioner Uji Coba	4-3
4.3.2.3 Data Kuesioner Penelitian	4-3
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Indikator Penelitian	5-1
5.2 Uji Validitas Konstruksi	5-2
5.3 Penyebaran Kuesioner Uji Coba	5-6
5.4 Pengolahan Data Awal	5-6
5.4.1 Uji Validitas	5-6
5.4.1.1 Uji Validitas Kuesioner Uji Coba I	5-6
5.4.1.2 Uji Validitas Kuesioner Uji Coba II	5-9
5.4.1.2 Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5-11
5.4.2 Uji Reliabilitas	5-13
5.4.2.1 Uji Reliabilitas Harapan	5-13
5.4.2.2 Uji Reliabilitas Persepsi	5-15

5.5 Pengolahan Data Penelitian	5-17
5.5.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-17
5.5.2 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5-21
5.5.3 Analisis Varians (ANOVA)	5-24
5.5.4 Uji Duncan	5-30
5.5.5 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran	5-35
5.6 Analisis	5-36
5.6.1 Kuadran mutlak Tertinggal	5-36
5.6.2 Kuadran Bersaing	5-43
5.7 Penentuan Prioritas Target Perbaikan	5-44
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran.	6-6
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan	6-6
6.2.2 Saran Bagi Penelitian Lebih Lanjut	6-6
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	xii
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xiii
DATA PENULIS	xiv

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	<i>Top Of Mind cafe</i> di Bandung	1-2
1.2	<i>Brand Recall</i> (Peningkatan Merk) Sebuah <i>cafe</i>	1-2
1.3	<i>Brand Recognition</i> (Pengenalan Merk) <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	1-3
1.4	Media yang Digunakan dalam Mengenal Sebuah <i>cafe</i>	1-4
1.5	Kesediaan Pengunjung untuk Kembali Mengunjungi <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	1-4
1.6	Kesediaan Pengunjung untuk mencoba Mengunjungi <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	1-4
1.7	Hal –hal yang Berpengaruh Pada Penilaian dan Pemilihan Sebuah <i>cafe</i>	1-5
3.1	Variabel Penelitian Untuk Kuesioner Penelitian	3-6
3.2	Skala Pengukuran Kuesioner Tingkat Kepentingan	3-7
3.3	Skala Pengukuran Kuesioner Tingkat Performansi dan Persepsi Kualitas	3-8
5.1	Variabel Pernyataan Sebelum Uji Validitas Kontruksi	5-1
5.2	Komentar Validitas Konstruksi I	5-2
5.3	Variabel Pernyataan Setelah Uji Validitas Kontruksi I	5-4
5.4	Komentar Validitas Konstruksi II	5-5
5.5	Variabel Pernyataan Setelah Uji Validitas Kontruksi II (Kuesioner Uji Coba I)	5-5
5.6	Uji Validitas Kuesioner Uji Coba I	5-7
5.7	Revisi Setelah Uji Validitas Kuesioner Uji Coba I	5-8
5.8	Uji Validitas Kuesioner Uji Coba II	5-9
5.9	Revisi Setelah Uji Validitas Kuesioner Uji Coba II	5-11
5.10	Uji Validitas Kuesioner Penelitian Harapan Konsumen	5-11
5.11	Uji Validitas Kuesioner Penelitian Persepsi Konsumen	5-12
5.12	Uji Reliabilitas Harapan Kuesioner Uji Coba I	5-13
5.13	Uji Reliabilitas Harapan Kuesioner Uji Coba II	5-14
5.14	Uji Reliabilitas Harapan Kuesioner Penelitian	5-14
5.15	Uji Reliabilitas Persepsi Kuesioner Uji Coba I	5-15
5.16	Uji Reliabilitas Persepsi Kuesioner Uji Coba II	5-16
5.17	Uji Reliabilitas Persepsi Kuesioner Penelitian	5-17
5.18	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-19
5.19	Nilai Rata-Rata Harapan Konsumen dan Persepsi <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	5-21
5.20	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5-23
5.21	Tabel ANOVA	5-27
5.22	Tabel Keputusan ANOVA	5-29
5.23	Tabel Peringkat	5-30
5.24	Uji Duncan	5-33
5.25	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 6 Kuadran	3-35
5.26	Tabel Prioritas Target Perbaikan	5-45
5.27	Tabel Usulan Form Pengecekan <i>Toilet</i> dan <i>Washtafel</i>	5-46
5.28	Ketidakersediaan Menu	5-49

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	Piramida Kesadaran Merek	2-4
2.2	Nilai-nilai Kesadaran Merek	2-5
2.3	Nilai-nilai persepsi kualitas	2-6
2.4	<i>Importance Perfomance Analysis</i> 4 Kuadran	2-8
2.5	<i>Importance Perfomance Analysis</i> 6 Kuadran	2-9
2.6	Teknik Sampling	2-13
3.1	Diagram Metodologi Penelitian	3-2
5.1	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) 4 Kuadran	5-22
5.2	Menu makanan <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	5-36
5.3	Menu minuman <i>Cafe Eye 2 Eye</i>	5-37
5.4	<i>Toilet dan Washtafel</i>	5-39
5.5	Promo pada saat-saat tertentu	5-39
5.6	Interior <i>Café Eye 2 Eye</i>	5-41
5.7	Eksterior <i>Café Eye 2 Eye</i>	5-41
5.8	Penataan ruang makan	5-42
5.9	<i>Layout Cafe Eye 2 Eye</i>	5-42
5.9	Sirkulasi udara dalam ruang makan	5-43
5.10	Penerangan dalam ruang makan	5-44
5.11	<i>Layout Usulan</i>	5-50

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	kuesioner Pendahuluan	L1-1
1.2	Kuesioner Uji Coba ke-1	L1-2
1.3	Kuesioner Uji Coba ke-2	L1-3
1.4	Kuesioner Penelitian	L1-4
2.1	Data Mentah Kuesioner Uji Coba ke-1	L2-1
2.2	Data Mentah Kuesioner Uji Coba ke-2	L2-3
2.3	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L2-5
3.1	Validitas Konstruksi	L3-1
3.2	Komentar Seminar Proposal	L3-24
3.3	Komentar Seminar Isi	L3-28
3.4	Komentar Sidang Akhir	L3-32
4.1	Tabel Nilai-nilai r Product Moment	L4-1
4.2	Tabel Distribusi Z	L4-2
4.3	Tabel Nilai Kritik Sebaran F	L4-3
4.4	Tabel Duncan	L4-4