

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang kian ketat, setiap perusahaan harus memiliki keunggulan atau kelebihan tersendiri untuk menarik minat konsumen. Pada perusahaan jasa misalnya, setiap perusahaan jasa harus memberikan keunikan tersendiri agar konsumen merasa senang dan merasa kebutuhannya terpenuhi.

Seperti halnya pada Café Embargo yang selalu memberikan pelayanan dan mutu kualitas produknya yang terbaik. Hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan yang kian ketat. Umumnya produk yang ditawarkan kepada konsumen tidak jauh berbeda dengan café lainnya, baik dari menu makanan dan minuman yang ditawarkan, harga, maupun dari pelayanan itu sendiri. Oleh karena itu Café Embargo perlu memberikan pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan nilai tambah atas kepuasan pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggannya pada Café Embargo adalah bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan dan bagaimana hubungannya terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Embargo Coffee & Bar. Adapun variabel-variabel yang ditelusuri atau diteliti adalah aspek tangible (berwujud), reliability (keandalan), empati (emphaty), responsivess (daya tanggap), dan assurance (kepastian).

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif, dimana penelitian dilakukan dengan observasi langsung terhadap

data-data yang ada di lapangan. Dengan jumlah sampel sebanyak 50 orang responden yang dianggap mewakili konsumen dari Café Embargo. Pengujian pada penelitian ini menggunakan rumus regresi korelasi rank spearmen, dimana variabel X menunjukkan kualitas pelayanan Café Embargo dan variabel Y menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, didapat hasil dari perhitungan dengan menggunakan rumus rank spearmen terdapat hubungan sebesar 65,61% terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dan ini berarti memiliki hubungan yang sangat kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada Café Embargo. Sedangkan selisihnya sebesar 34,39% merupakan dari pelaksanaan bauran pemasaran yang lainnya seperti people, process, physical evidence yang tidak dilakukan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini diketahui bahwa sebagian besar responden menjawab baik, tetapi ada juga jawaban yang tidak baik, untuk menghindari akan jawaban yang tidak baik tersebut Café Embargo melakukan perbaikan atau melakukan inovasi baru untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar mendapatkan kepuasan yang dirasakan konsumen lebih optimal. Hal ini agar Café Embargo dapat bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki bisnis yang sama.

DAFTAR ISI

	halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Maksud dan tujuan penelitian.....	5
1.4. Kegunaan penelitian.....	6
1.5. Kerangka pemikiran.....	7
1.6. Teknik pengumpulan data.....	11
1.7. Lokasi dan waktu penelitian data.....	13

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.

2.1 Pengertian Pemasaran.....	14
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	16
2.3 Produk.....	18
2.3.1 Pengertian Produk.....	18
2.3.2 Klasifikasi Produk.....	19
2.3.3 Tingkatan Produk.....	22
2.3.4 Hierarki Produk.....	25
2.4 Pengertian Jasa.....	26

2.4.1	Karakteristik Jasa.....	27
2.4.2	Klasifikasi Jasa.....	29
2.4.3	Bauran Jasa.....	31
2.4.4	Strategi Pemasaran Jasa.....	32
2.4.5	Dimensi Kualitas Jasa.....	34
2.5	Pengertian Kualitas Jasa.....	38
2.5.1	Model Kualitas Jasa.....	39
2.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas jasa.....	43
2.5.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan Pelanggan.....	44
2.6	Pengertian Pelayanan.....	47
2.6.1	Kualitas Pelayanan.....	48
2.6.2	Pelayanan Perusahaan Terhadap Konsumen.....	49
2.6.3	Strategi Pemasaran Bagi Perusahaan Jasa.....	49
2.7	Konsep Kepuasan Konsumen.....	50
2.7.1	Pengertian kepuasan Konsumen.....	51
2.7.2	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	52
2.7.3	Kepuasan Yang Dikehendaki Konsumen Pada umumnya.....	54
2.7.4	Kepuasan Yang Diberikan Oleh Café Pada Umumnya.....	55
2.8	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan konsumen.....	55

BAB III. Obyek Dan Metode Penelitian.

3.1	Obyek Penelitian.....	58
3.2	Metode Penelitian.....	59
3.2.1	Jenis Dan Sumber Data.....	59
3.2.2	Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	60
3.3	Teknik Pengolahan Dan Analisis Data.....	60
3.4	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	64

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	67
BAB IV. Hasil dan Pembahasan.	
4.1 Sajarah singkat dan aktivitas Perusahaan.....	68
4.2 Produk Perusahaan.....	71
4.3 Struktur Organisasi.....	72
4.4 Uraian tugas.....	74
4.5 Analisa Kualitatif.....	79
4.5.1 Analisa Profil Responden.....	79
4.5.2 Analisa pelaksanaan kualitas pelayanan Café Embargo.....	86
4.5.2.1 Reability.....	87
4.5.2.2 Responsivess.....	90
4.5.2.3 Tangible.....	92
4.5.2.4 Assurance.....	95
4.5.2.5 Emphaty.....	97
4.5.3 analisis kepuasan pelanggan.....	98
4.6 Analisa kuantitatif.....	107
BAB V. Kesimpulan Dan Saran.	
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel.....	66
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	81
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	83
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan sumber informasi tentang Café Embarg.....	84
Tabel 4.6	Tingkat Pendapatan Responden.....	85
Tabel 4.7	Tingkat kecepatan pesanan.....	87
Tabel 4.8	Tingkat Ketepatan pesanan.....	88
Tabel 4.9	Tingkat Fasilitas pendukung.....	89
Tabel 4.10	Tingkat terhadap tempat duduk yang memadai.....	89
Tabel 4.11	Tingkat Kecepatan Pelayanan Dalam Melayani.....	91
Tabel 4.12	Tingkat Keramahan karyawan terhadap Konsumen.....	92
Tabel 4.13	Tingkat Kebersihan.....	93
Tabel 4.14	Tingkat Penataan Tata Letak.....	93
Tabel 4.15	Tingkat Kerapihan Penampilan Karyawan.....	94
Tabel 4.16	Tingkat Keindahan interior Café.....	95
Tabel 4.17	Tingkat Keamanan dalam Café.....	96
Tabel 4.18	Tingkat Kenyamanan	96
Tabel 4.19	Tingkat perhatian Kepada Konsumen.....	97

Tabel 4.20	Tingkat keamanan parkir kendaraan.....	99
Tabel 4.21	Tingkat kemudahan memperoleh pelayanan.....	99
Tabel 4.22	Tingkat kemudahan memperoleh pembayaran.....	100
Tabel 4.23	Tingkat kemudahan memperoleh tempat duduk.....	101
Tabel 4.24	Tingkat kemudahan jangkauan lokasi.....	101
Tabel 4.25	Tingkat kebersihan makanan dan minuman.....	102
Tabel 4.26	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas makanan.....	102
Tabel 4.27	Tingkat kelezatan makanan dan minuman.....	103
Tabel 4.28	Tingkat pemberian diskon.....	104
Tabel 4.29	Tingkat kenyamanan dalam café.....	104
Tabel 4.30	Tingkat kesiapan karyawan.....	105
Tabel 4.31	Tingkat informasi mengenai menu.....	105
Tabel 4.32	Tingkat perhatian keinginan pelanggan.....	106
Tabel 4.6.1	Perhitungan Rank Spearman.....	108
Tabel 4.6.2	Angka kembar untuk variabel X.....	109
Tabel 4.6.3	Angka kembar untuk variabel Y.....	109

DAFTAR GAMBAR.

Gambar 2.1	Tingkatan Produk.....	24
Gambar 2.2	Model Kualitas Jasa.....	42
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	73

DAFTAR LAMPIRAN.

- Lampiran 1 kuesioner untuk konsumen Café Embargo
- Lampiran 2 Hasil jawaban responden X
- Lampiran 3 Hasil jawaban responden Y
- Lampiran 4 Surat pernyataan
- Lampiran 5 Data pribadi