

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN KAFE WAHA  
KITCHEN AWAN LOUNGE SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN**

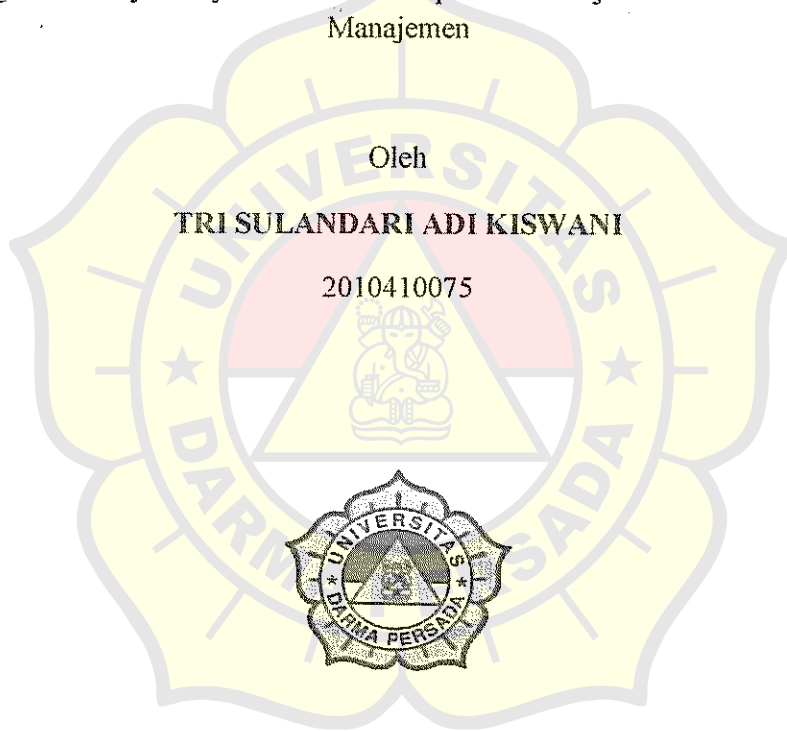
**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademika Dan Melengkapi  
Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen

Oleh

**TRI SULANDARI ADI KISWANI**

2010410075



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tri Sulandari Adi Kiswani

Nim : 2010410075

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : “ANALISIS TINGKAT PELAYANAN KAFE WAHA KITCHEN AWAN LOUNGE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN”

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, Agustus 2015

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen**

**Menyetujui,  
Pembimbing**

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM) (Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Sulandari Adi Kiswani

NIM : 2010410075

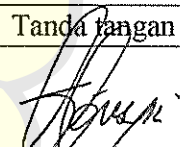

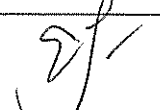
Jurusan/peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **“ANALISIS TINGKAT PELAYANAN KAFE WAHA  
KITCHEN AWAN LOUNGE SEBAGAI UPAYA  
MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN”**

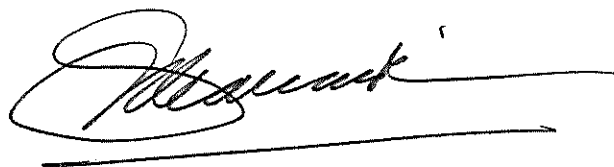
Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada tanggal 02 September 2015 dengan hasil B.

Ketua Jurusan Manajemen

  
11/9/2015  
( Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM )

No	Nama Penguji	Jabatan Penguji	Tanda tangan
1	Drs. Fauzi Baisyir, MM.	Ketua Penguji	
2	Dr. Firsan Nova, SE, MM.	Anggota Penguji	
3	Ellena Nurfazria Handayani, SE,MM.	Anggota Penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi



(Sukardi, SE, MM)

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Tri Sulandari Adi Kiswani

NIM : 2010410075

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa karya tulis dengan judul :

**“ ANALISIS TINGKAT PELAYANAN KAFE WAHA KITCHEN AWAN LOUNGE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN”**

Benar-benar merupakan hasil karya ilmiah yang tertulis di bawah bimbingan Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE.MM. Seluruh isi yang ada di dalam skripsi ini merupakan karya tulis dan menjadi tanggung jawab penulis sendiri apabila ada kesalahan dari isi dalam skripsi ini. Pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Yang menyatakan



(TRI SULANDARI ADI KISWANI)

## ABSTRAK

**Tri Sulandari Adi Kiswani, NIM 2010410075, Judul Penelitian : “ ANALISIS TINGKAT PELAYANAN KAFE WAHA KITCHEN AWAN LOUNGE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN”**

di bawah bimbingan Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah tingkat kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pengunjung Kafe Waha Kitchen Awan Lounge terhadap kepuasan yang dirasakan pengunjung berdasarkan 5 dimensi kualitas jasa.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen kafe Waha Kitchen Awan Lounge.

Penarikan sampel dilakukan dengan rumus pendugaan proporsi sehingga didapatkan sampel sebanyak 98 responden digenapkan menjadi 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pengunjung kafe. Metode analisis yang digunakan adalah dengan uji validitas, uji reabilitas, diagram kartesius. Berdasarkan hasil analisis dengan diagram kartesius diperoleh pada kuadran A yaitu ketepatan waktu penyajian dan melakukan pelayanan dengan sangat baik. Kuadran B yaitu kenyamanan ruangan kafe, komunikasi sudah baik, pengetahuan pelayan, keramahan pelayan kafe dalam menjawab pertanyaan konsumen. Kuadran C yaitu kesesuaian harga, menangani keluhan dengan baik, kecepatan dalam melayani konsumen, memahami keinginan konsumen, tidak membedakan status sosial, keamanan kafe. Kuadran D yaitu penampilan pelayan rapih, keunikan konsep kafe, keramahan pelayan, perhatian pelayanan secara individual sangat baik. Tingkat kesesuaian responden diperoleh untuk indikator 1 102%, indikator 2 104%, indikator 3 100%, indikator 4 80%, Indikator 5 87%, indikator 6 95%, indikator 7 98%, indikator 8 98%, indikator 9 96%, indikator 10 97%, indikator 11 98%, indikator 12 91%, indikator 13 102%, indikator 14 98%, indikator 15 99%.

**Kata Kunci :** Kualitas Jasa, uji validitas, uji reliabilitas, diagram kartesius, tingkat kesesuaian responden.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, serta tidak lupa sholawat dan salam kepada Rasulullah Muhammad SAW yang mana telah memberikan sinar kehidupan melalui Al Qur'an dan Sunnahnya sebagai pedoman hidup bagi penulis.

Penulisan skripsi ini berjudul **“Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Kafe Waha Kitchen Awan Lounge Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen”**, merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.

Sebagai umat manusia yang sesuai kodratnya, penulis menyadari bahwa pengetahuan, kemampuan serta kesempatan yang ada pada penulis, oleh karena itu penulis menerima setiap saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari petunjuk dan hidayah Allah SWT, serta bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

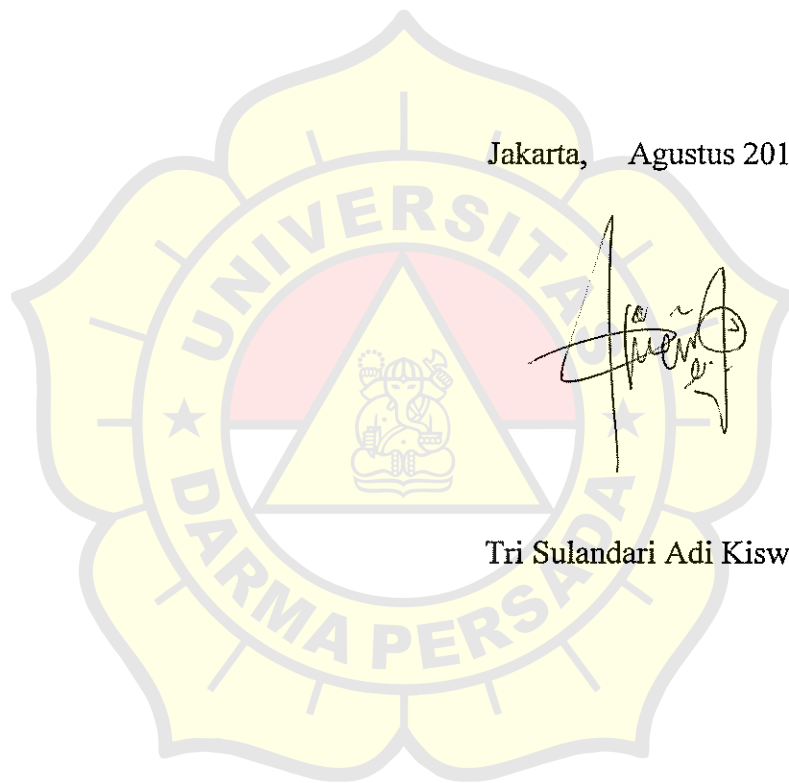
1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Pembimbing serta Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Terima kasih atas waktunya, kesabarannya, arahan-arahan dan nasehat yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.

2. Bapak Sukardi, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Terima kasih untuk Bapak / Ibu dan Staff pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada khususnya jurusan manajemen. Terima kasih atas pemberian ilmunya, dukungannya dan bantuannya selama penulis kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi.
4. Terima kasih untuk staff tata usaha dan karyawan ( Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali dan Pak Hartono) serta terima kasih untuk para pegawai perpustakaan yang telah memudahkan dan memberikan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.
5. Terima kasih untuk kedua orang tuaku tercinta yang selalu menyayangiku, membesarkanku dan membimbingku sedari kecil, serta doa dan motivasi yang mengingatkan untuk selalu terus belajar dan berusaha sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
6. Terima kasih seluruh keluargaku, adikku Puthut Wijonarko, kakakku Endang Sri Susanti, kakakku Dwi Prapti Ningsih atas dukungan dan doanya.
7. Terima Kasih kepada teman – teman pendopo selaku teman yang selalu memberikan dukungan – dukungan serta doanya. (terutama Erny Yuliani, Meylisa Ajeng Zein, Muhammad Khadafi dan Rizki Ni Kami)
8. Terima kasih kepada seseorang yang telah membuat penulis memiliki semangat baru kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Terima Kasih Rekan-rekan Kerja yang turut memaklumi keadaan penulis untuk membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Terima Kasih untuk teman-teman SD ku terutama Erny Rahma Yuniar, karena berkat bantuannya lah penulis dapat melakukan penelitian serta menyelesaikan syarat kelulusanku.

Akhir kata penulis memanjatkan doa dan syahadat kehadiran Allah SWT atas segala kekuatan dan kemudahan yang telah diberikan dan penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak untuk menambah ilmu, khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran

Jakarta, Agustus 2015



Tri Sulandari Adi Kiswani

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Jasa.....	8
1. Pengertian Jasa.....	8
2. Klasifikasi Jasa.....	9
3. Karakteristik Jasa .....	11
B. Kualitas .....	13
1. Pengertian Kualitas .....	13

2. Perspektif Kualitas .....	17
C. Kualitas Jasa.....	19
1. Pengertian Kualitas Jasa .....	19
2. Dimensi Kualitas.....	25
3. Persepsi Kualitas.....	28
4. Gap Kualitas Jasa.....	29
D. Kepuasan Konsumen .....	34
1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	34
2. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen ....	36
3. Tipe – Tipe Kepuasan Konsumen.....	38
4. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	39
E. Kerangka Pikir .....	41
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	43
B. Jenis dan Sumber Data.....	43
1. Data Primer .....	43
2. Data Sekunder.....	44
C. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sample.....	44
D. Teknik Pengambilan Sampel .....	46
E. Metode Pengumpulan Data.....	48
F. Alat Analisis Data.....	48
1. Analisis Kuantitatif.....	48
a. Uji Validitas .....	49
b. Uji Reabilitas .....	50
2. Skala Likert.....	50
3. Diagram Kartesius .....	51
G. Definisi Variabel Operasional.....	54

## BAB IV PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	56
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	56
B. Deskripsi Umum Responden .....	57
1. Gambaran Umum Responden Menurut Jenis Kelamin .....	58
2. Gambaran Umum Responden Menurut Usia.....	58
3. Gambaran Umum Responden Menurut Pekerjaan .....	58
C. Deskripsi Variable Penelitian .....	60
1. Deskripsi Tingkat Kepentingan Pelayanan.....	61
2. Deskripsi Tingkat Kinerja Pelayanan .....	67
D. Analisis Data.....	72
1. Uji Validitas.....	72
2. Uji Reabilitas .....	74
E. Pembahasan.....	75
1. Analisis Data.....	75
2. Tingkat Kesesuaian Responden.....	76
3. Diagram Kartesius .....	77
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	84
B. Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	86

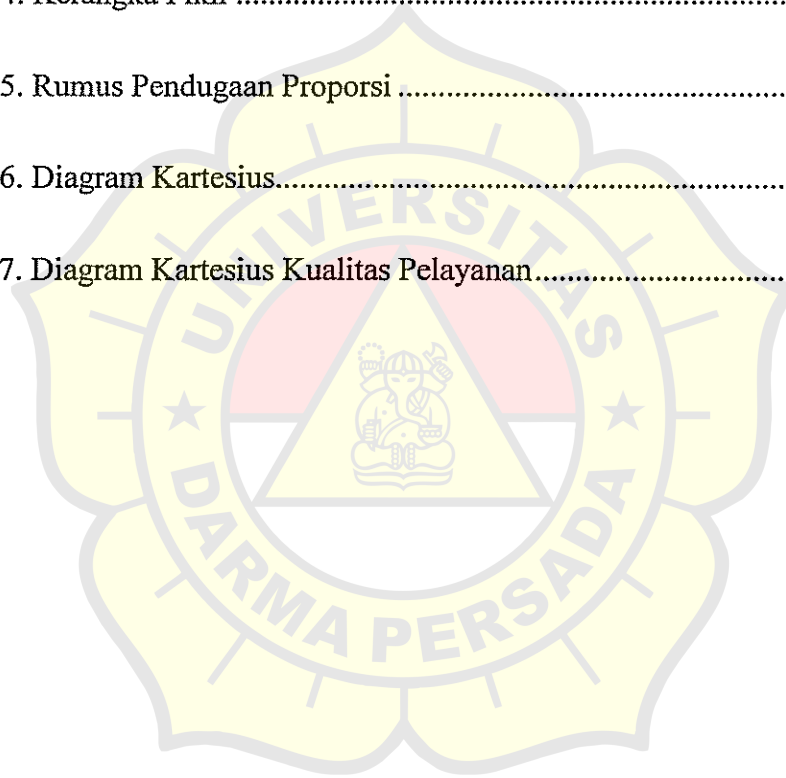
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Testimoni Konsumen.....	5
Tabel 2. Tipe – Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan.....	39
Tabel 3. Skala Likert.....	50
Tabel 4. Definisi Variabel Operasional .....	55
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 6. Usia Responden .....	59
Tabel 7. Jenis Pekerjaan Responden.....	59
Tabel 8. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Tangible</i> Kepentingan Kualitas Pelayanan .....	61
Tabel 9. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Reability</i> Kepentingan Kualitas Pelayanan .....	62
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Responsiveness</i> Kepentingan Kualitas Pelayanan.....	64
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Assurance</i> Kepentingan Kualitas Pelayanan .....	65
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Empathy</i> Kepentingan Kualitas Pelayanan .....	66
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Tangible</i> Kinerja Kualitas Pelayanan .....	67

Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Reability</i> Kinerja Kualitas Pelayanan .....	68
Tabel 15. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Responsiveness</i> Kinerja Kualitas Pelayanan .....	69
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Assurance</i> Kinerja Kualitas Pelayanan .....	70
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Variabel <i>Empathy</i> Kinerja Kualitas Pelayanan .....	71
Tabel 18. Hasil Pengujian Validitas.....	73
Tabel 19. Hasil Pengujian Reabilitas.....	74
Tabel 20. Perhitungan Tingkat Kesesuaian Responden.....	76
Tabel 21. Perhitungan Rata – Rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Gap / Kesenjangan.....	31
Gambar 2. Penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan .....	34
Gambar 3. Konsep Kepuasan Pelanggan .....	35
Gambar 4. Kerangka Pikir .....	42
Gambar 5. Rumus Pendugaan Proporsi .....	45
Gambar 6. Diagram Kartesius.....	53
Gambar 7. Diagram Kartesius Kualitas Pelayanan.....	80



## DAFTAR LAMPIRAN

A. Kuesioner Responden .....	88
B. Kumpulan Data Hasil Responden .....	91
C. Rata – Rata Jawaban Responden .....	96
D. Uji Validitas .....	97
E. Uji Reabilitas.....	98
F. Diagram Kartesius.....	102



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar, sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal, hal ini dikarenakan pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan hasil dari adanya perbedaan – perbedaan antara harapan konsumen dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Dari beragam definisi kepuasan konsumen yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan perilaku konsumen berupa evaluasi purna beli terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya ( kinerja produk / jasa ) dibandingkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri.

Melihat kondisi sekarang ini dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Mendirikan suatu perusahaan bukanlah hal yang mudah, namun memelihara dan mengembangkan perusahaan yang sudah didirikan tersebut merupakan suatu pekerjaan yang jauh lebih sulit. Masalah – masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan.

Di era modern ini, bisnis kafe merupakan suatu bisnis yang menjanjikan. Tak sekadar sebagai area makan, banyak masyarakat yang menjadikan kafe sebagai tempat untuk berkumpul. Hal itu ditinjau dari gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung senang bertatap muka, bersantai dan berbincang. Sudah menjadi suatu kebutuhan masyarakat untuk bersosialisasi, dan mereka membutuhkan sarana untuk mewujudkan keinginan mereka. Oleh karena itu, dengan adanya kafe ini dimaksudkan untuk merealisasikan kebutuhan masyarakat yaitu sarana berkumpul.

Banyaknya kafe yang bermunculan mengakibatkan para *owner* berpikir lebih kreatif untuk menciptakan konsep yang berbeda dari kafe – kafe yang sudah ada. Hal ini sudah tentu untuk menarik perhatian pengunjung. Pada umumnya, para *owner* kafe terlebih dahulu mensurvei apa yang menjadi tren di pasaran masyarakat atau dari kebiasaan – kebiasaan masyarakat. Masyarakat kebanyakan suka dengan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang sudah ada. Lagi pula masyarakat perkotaan terkadang jenuh dengan hiruk pikuk kota sehingga mereka

mencari alternatif area rekreasi atau tempat berkumpul yang menawarkan panorama alam. Alam adalah guru yang paling baik. Bimbingannya menuju kehidupan lebih berkualitas layak diterapkan. Selain indah, alam juga membuat lingkungan semakin asri dan menyejukkan.

Ketika masyarakat kota diperhadapkan dengan begitu banyak pekerjaan, secara fisiologis adrenalin itu berdampak negatif jika digunakan dalam jangka waktu yang cukup lama. Maka, otomatis akan dapat merusak kesehatan. Misalnya, ketika diperhadapkan dengan suatu gangguan dan tidak tahan dengan gangguan itu, seperti tidak tahan kebisingan suara motor dan suara lainnya, maka bisa dihilangkan dengan pergi ke suatu desa. Suasana alam desa akan membuatnya bisa merasa tenang kembali atau melakukan kegiatan olahraga dan rekreasi atau juga bisa bermain bersama anak kecil, itu juga salah satu cara mengatasi stres.

Persaingan bisnis kafe di Jakarta, mendorong para pengelola berlomba memanjakan pengunjung. Ciri-ciri khas yang mereka tampilkan di kafanya membuat pengunjung semakin terseleksi. Eksklusivitas itulah yang konon memang dibutuhkan oleh pengunjung. Mereka memang tak sekedar cuma mau menikmati makanan. Adanya beberapa kesamaan ciri kelas menengah, yang ditemukan di beberapa negara. Ciri itu antara lain, bersikap kosmopolitan, kebarat – baratan, serta senang bepergian. Ketika menyinggung kondisi Jakarta, hasil riset itu menyebutkan adanya fenomena baru dari kelompok masyarakat tersebut, yaitu kebiasaan datang ke kafe – kafe. Mengunjungi kafe – kafe yang biasanya berada

di dekat pusat kota tampaknya semakin menjadi kebutuhan mereka. Macam – macam alasan mereka datang ke kafe.

Dengan berbagai macam kafe – kafe / restoran yang bermunculan di ibu kota seperti dilansir liputan6 seperti Sky Love, Hospitalis, Telaga Sampierun, Nanny's Pavillon, Bong Kopi Town, Junkyard, Dia Lo Gue, The Lab Cafe, Play Ground, dan masih banyak lagi, tetapi kafe Waha Kitchen Awan Lounge juga merupakan salah satu kafe yang unik yang berada di pusat kota didalam sebuah hotel yang memiliki konsep *garden rooftop* Namun bukan hanya konsep yang akan membuat konsumen tertarik, kualitas pelayanan pun ikut serta dan menjadi andalan kafe ini.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, maka akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen membeli sebuah produk atau jasa, konsumen akan membandingkan antara harapan yang mereka miliki atas produk tersebut dengan kinerjanya. Mereka akan merasa puas apabila kinerja dari produk tersebut sesuai dengan harapan mereka dan merasa sangat puas apabila kinerja melebihi harapan konsumen. Apabila konsumen merasa benar – benar puas, mereka akan membeli kembali serta merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai memikirkan pentingnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen secara lebih baik lagi, ini dikarenakan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Berikut adalah beberapa testimoni dari konsumen yang telah berkunjung ke kafe ini tentang pelayanan, rasa, menu serta konsep dari kafe ini yang merupakan referensi saya untuk meneliti kafe ini.

**Tabel. 1**  
**Testimoni Konsumen**

Name	Email	Testimoni
Christian	<a href="mailto:cimo.case@ymail.com">cimo.case@ymail.com</a>	all good
Ade	<a href="mailto:sk8zilla@yahoo.com">sk8zilla@yahoo.com</a>	ribs enak
Arik	<a href="mailto:eframarik@hotmail.com">eframarik@hotmail.com</a>	porsi makanannya sedikit
Anna Fauzana	<a href="mailto:anna.fauzana@id.pcw.com">anna.fauzana@id.pcw.com</a>	Thanks for delicious all dish, drinks, dessert
Nancy	<a href="mailto:bahari.nancy@gmail.com">bahari.nancy@gmail.com</a>	rasa makanannya kurang nendang
Rizal	<a href="mailto:riz.andri@yahoo.com">riz.andri@yahoo.com</a>	Keep It up the good food and service
Tenny		Good Food
Tiza	<a href="mailto:tizacil@yahoo.com">tizacil@yahoo.com</a>	Nice place and ambience good food
Christina	<a href="mailto:christina.alfiani@edelman.com">christina.alfiani@edelman.com</a>	great place and food
Guest		Great Taste
Aria	<a href="mailto:aria.hldg@gmail.com">aria.hldg@gmail.com</a>	great food
Ivana	<a href="mailto:ii_ivana@yahoo.co.id">ii_ivana@yahoo.co.id</a>	excellent, mungkin menu aja ditambah variasinya
Marcella	<a href="mailto:cellamarcella@hotmail.com">cellamarcella@hotmail.com</a>	the ambience is really nice, will definetly back and be my fav place, but for the food is less taste , I think need some additional menu.... Tq
Maya Djamal	<a href="mailto:m4y4ku@yahoo.com">m4y4ku@yahoo.com</a>	Great Food

Sumber : Data base Kafe Waha Kitchen Awan Lounge, 2015.

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama dari para pelaku pelayanan. Sedangkan tujuan dari memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dimata konsumen. Salah satu bidang yang mengharuskan memperhatikan kepuasan dan kualitas pelayanan yaitu makanan siap saji yang mengharuskan mengutamakan pelayanan serta keramahtamahan terhadap konsumennya.

Berdasarkan latar belakang di atas, menarik untuk dikaji mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada kafe Waha Kitchen Awan Lounge sehingga perlu dilakukan penelitian yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian yaitu : “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Kafe Waha Kitchen Awan Lounge Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada kafe Waha Kitchen Awan Lounge dilihat dari 5 dimensi pelayanan, yaitu, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* ?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen kafe Waha Kitchen Awan Lounge dilihat dari 5 dimensi, pelayanan, yaitu, *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terbagi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

#### 1. Manfaat Teoritis.

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu agar dapat memberikan bahan informasi serta evaluasi pengembangan bisnis *food and beverage* yang berhubungan dengan pelayanan dan kepuasan konsumen, serta dapat lebih memahami pentingnya layanan dalam membentuk kepuasan konsumen.

#### 2. Manfaat Praktis

Untuk memberikan masukan dalam mengembangkan gambaran yang lebih riil khususnya tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe Waha Kitchen Awan Lounge terhadap kepuasan konsumen.