

**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KUALITAS LAYANAN
CAFE KOPI MIRING JEMBER**

THE MEASUREMENT OF THE LEVEL OF CUSTOMER
SATISFACTION AS A BASIS TO DEVELOP THE QUALITY
OF SERVICE KOPI MIRING CAFÉ JEMBER

SKRIPSI

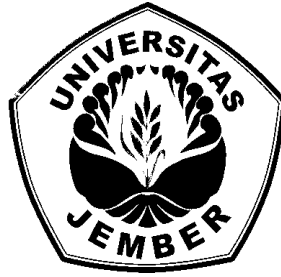
Oleh :

Okky Frasadana

100810201119

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI**

2014



**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KUALITAS LAYANAN
*CAFE KOPI MIRING JEMBER***

**THE MEASUREMENT OF THE LEVEL OF CUSTOMER
SATISFACTION AS A BASIS TO DEVELOP THE QUALITY
OF SERVICE KOPI MIRING CAFÉ JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

Okky Frasadana

NIM 10081020119

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS EKONOMI

2014

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER– FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Okky Frasadana
NIM : 100810201119
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengukuran TingkatKepuasan Konsumen Sebagai Dasar
Pengembangan Kualitas Layanan *Cafe* Kopi Miring
Jember

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebena-benarnyarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Jember, 28 Oktober 2014

Yang menyatakan,

Okky Frasadana
NIM 100810201119

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul skripsi : PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KUALITAS
LAYANAN *CAFE* KOPI MIRING JEMBER

Nama Mahasiswa : Okky Frasadana

NIM : 100810201119

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 28 Oktober 2014

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 19610317 198802 1 001

Drs. Abdul Halim, M.Si
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Handriyono, M.Si
NIP. 19620802 199002 1 001

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KUALITAS LAYANAN
CAFE KOPI MIRING JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Okky Frasadana

NIM : 100810201119

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal :

18 November 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Prof. Dr. R. Andi Sularso, MSM (.....)
NIP. 19600413 198603 1 002
2. Sekretaris : Drs. Sriono, MM (.....)
NIP. 19561031 198603 1 001
3. Anggota : Ema Desia Prajitiyasari, S.E., M.M (.....)
NIP. 19791221 200812 2 002

FOTO

x 6 cm

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.
NIP. 19630614 199002 1 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini, terimakasih banyak.
2. Seseorang yang setia menemaniku “Shela Ayu Alvionita” dan adikku tersayang “Desvi Ninggar U.D”, terimakasih atas dukungan serta do’anya.
3. Rekan dan sahabatku seluruh mahasiswa/i MGT’10 F.E. – UNEJ.
4. Almamater yang sangat aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

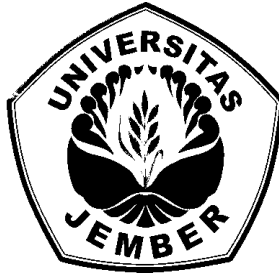
MOTTO

“Jangan Pernah Hidup Sia-Sia Apalagi Mati Sia-Sia, Bergunalah Bagi Sesama”
(Okky Frasadana)

“Plan Your Work And Work Your Plan. Bekerjalah dengan rencana, kemudian
kerjakan rencanamu” (Salma Shuha)

“Kita bisa mundur satu langkah untuk dapat meloncat lebih jauh” (John Clarke)

“Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukkan dunia, berlarilah tanpa lelah sampai
engkau meraihnya” (Nidji-Laskar Pelangi)



**PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN
SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KUALITAS LAYANAN
CAFE KOPI MIRING JEMBER**

THE MEASUREMENT OF THE LEVEL OF CUSTOMER
SATISFACTION AS A BASIS TO DEVELOP THE QUALITY
OF SERVICE KOPI MIRING CAFÉ JEMBER

SKRIPSI

Oleh:

Okky Frasadana

NIM 100810201119

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Dr. Bambang Irawan, M.Si

NIP. 19610317 198802 1 001

Dosen Pembimbing II : Drs. Abdul Halim, M.Si

NIP. 19501221 197801 1 001

RINGKASAN

Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Sebagai Dasar Pengembangan Kualitas Layanan *Cafe* Kopi Miring Jember; Okky Frasadana; 100810201119; 2014; 103 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Cafe Kopi Miring Jember merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang wajib memberikan kualitas layanan yang baik untuk membuat para konsumen merasa nyaman saat menyantap segala hidangan yang ditawarkan, dengan demikian diharapkan jumlah konsumen terus meningkat dan konsumen menjadi puas terhadap kualitas layanan *Cafe* Kopi Miring. Dengan semakin banyaknya konsumen baru yang datang dan juga konsistensi konsumen lama untuk terus datang berkunjung dan memilih *Cafe* Kopi Miring sebagai tempat nongkrong mengharuskan pemilik *cafe* meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar konsumen tersebut tidak meninggalkan *cafe* tersebut dan memilih *cafe* lain. Apabila konsumen potensial lebih memilih *cafe* lain tentu saja ini akan menjadi hal yang tidak menyenangkan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas layanan pada *Cafe* Kopi Miring, dimana hasil tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan kualitas layanan yang perlu untuk ditingkatkan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang melakukan pembelian di *Cafe* Kopi Miring. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accident purposive sampling*, yaitu penentuan sampel terhadap responden yang pada saat penyebaran kuesioner sedang melakukan pembelian dengan kriteria tertentu. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *importance performance analysis*(IPA), dan diagram kartesius. Dimensi kualitas layanan yang digunakan adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: a). Dengan menggunakan analisis deskriptif penilaian konsumen terhadap layanan yang disediakan *Cafe* Kopi Miring berdasarkan harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas layanan dari *Cafe* Kopi Miring yang meliputi dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, menunjukkan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen telah dapat dipenuhi oleh perusahaan, maka dapat diartikan bahwa konsumen telah merasa puas terhadap kualitas layanan yang telah dilakukan. b). Dari hasil *importance performance analysis*(IPA) diketahui bahwa tingkat kesesuaian menunjukkan persentase yang tinggi dimana 3 dimensi yaitu kehandalan, jaminan, dan empati kualitas layanan yang ada dirasa puas konsumen, dan terdapat 2 dimensi bukti fisik dan daya tanggap yang mendapatkan penilaian sangat puas oleh konsumen *Cafe* Kopi Miring, hal tersebut bisa diartikan bahwa harapan konsumen mampu dijawab perusahaan dengan memberikan kualitas layanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dengan layanan yang diterimanya. c). Dengan menggunakan diagram kartesius, posisi indikator kualitas layanan dapat disimpulkan sebagai berikut; Pada posisi kuadran A menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen perlu mendapatkan prioritas

utama. Unsur tersebut adalah desain ruangan *interior* maupun *exterior*(B1), penyelesaian transaksi pembayaran (K1), penanganan keluhan konsumen (K2), informasi pesanan (D1), pengetahuan karyawan yang baik (J1), karyawan komunikatif dan informatif (J2), referensi menu baru (J4), dan penawaran menu pendamping (E3); Pada posisi kuadran B menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen harus tetap dipertahankan. Unsur tersebut adalah meja dan kursi yang tersedia nyaman (B4), menu yang tertulis dalam daftar selalu ada (K4), pengganti pemesanan (J3), jadwal buka (E1), pemberian saran (E2) dan bantuan karyawan (E4); Pada posisi kuadran C menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen masih dianggap kurang menjadi prioritas oleh konsumen. Unsur tersebut adalah fasilitas yang baik (B2), kerapian karyawan (B3), pemberian daftar menu (K3), pemesanan dan pembayaran (D2), dan pelayanan pesanan (D3); Pada posisi kuadran D menunjukkan bahwa unsur-unsur yang menentukan tingkat kepuasan konsumen dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Unsur tersebut adalah pembersihan meja oleh karyawan (D4).

SUMMARY

The Measurement of The Level of Customer Satisfaction as a Basis to Develop The Quality of Service Kopi Miring Café; Okky Frasadana; 100810201119; 2014; 103 pages; Departemen of Management, Faculty of Economics, University of Jember.

Kopi Miring Cafe Jember is a business engaged in culinary sector that must give the quality of good service to make consumers feel comfortable when ate offered a dish of all , it is hoped the number of consumers continues to rise and consumers to be satisfied with the quality of services Kopi Miring cafe .With more and more new consumers who come and also the consistency of consumers old to continue to come visit and choose as a Kopi Miring Café to hang out requiring the owner of cafe owned to improve the quality of services that consumers are not left the cafe and choose another cafe .If potential customers prefer cafe another of course this will be unpleasant things.

This research done with purpose to know the level of satisfaction of consumers on dimensions of quality of service on a Kopi Miring Cafe, where these results will be used as a basis for develop the quality of services that need to be improved.The population of this research was all the consumers who were conducting purchases in Kopi Miring Cafe.The sample collection method in this research using methods of sampling accident purposive, namely against the determination of the sample of respondents who at the time of the spread of the questionnaire was doing a purchase with certain criteria.Data analysis tool that is used is descriptive, analysis importance performance analysis (IPA) and diagrams kartesius.The dimensions of the quality of services used is tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy.

Based on the analysis was done on this research , it can be drawn conclusions: a). as follows .Descriptive assessment of consumers using analysis provided to service of Kopi Miring Cafe based on hope and the fact that is felt by consumers on the quality of services from the Kopi Miring Cafe which includes the dimensions of tangibles , reliability , responsiveness , assurance , and empathy , showed that expectations of consumers on the quality of services has been given to consumers could be met by the company , so it can be interpreted that consumers have felt satisfied with the quality of services has been done . b) . The results of importance performance analysis (IPA) known that the level of show a high percentage is where the three dimensions ,reliability,assurance , and empathy the quality of services that are feel satisfied consumers , and there are two dimensions of tangibles and responsiveness who get an assessment of Kopi Miring Cafe very satisfied by the consumer, This means that expectations of consumers capable of being answered the company by providing good quality of services so that consumers feel satisfied with the services he received . c) .Using diagrams kartesius , the position of service quality indicators can be concluded as follows; in the position of the quadrant of a show that the elements which determine the level of customer satisfaction need to get the main priority .The room is a design element of the interior and exterior (B1); transaction settlement payments (K1); a customer complaint handling (K2); orders information

(D1);knowledge of a good employee (J1); communicative and informative employees (J2); reference new menu (J4); and offer a menu of a companion (E3);In a position of a quadrant b shows that the elements which determine the level of customer satisfaction must be maintained .The element is the table and chairs comfortable available (B4); a menu that written in the list there is always (K4); a substitute for reserving (J3); schedule open (E1); the provision of advice (E2); and assistance employees (E4); in the position of a quadrant c showed that the elements which determine the level of customer satisfaction is still considered less a priority by the consumer .Element of good facilities is playing (B2); neatness employees (B3); the provision of the list of the menu (K3); reservations and payments as (D2); and service orders (D3); in the position of a quadrant d show that the elements which determine the level of customer satisfaction is considered excessive in its implementation .The element is cleaning the table by an employee (D4).

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada:

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Handriyono, SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Dr. Bambang Irawan, M.Siselaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Drs. Abdul Halim, M.Siselaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Teristimewa orangtuakutersayang. Terima kasih banyakatas dukungan beliau baikmaterial maupun nonmaterial, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan perhatian kalian.
5. Seseorang yang setia menemaniku Shela Ayu Alvionita, terimakasih atas do'a dan dukungannya.
6. Sahabat seperjuanganku MGT'10 Okky S. Fatra, Ahmad Ulinnuha, Rizal Ican, Buyung Zen, Akbar Kop, Astovi Waw, AbaWidad, Yanuar Aditya, Giyan Gareth P, Rangga Poci, M. Islakhin, Anwar Nuyil, Simon Petrus, Afrizal Zul, Firman Fire, Damos, Dimas K-Wa. Kalian luar biasa kawan.
7. Sahabatku Budi Muson Setiawan, terimakasih atas do'a dan dukungannya bro.
8. Penghuni kost Jl. Bangka III No. 19 terimakasih dukungannya, Mas Angga Kucrit segeramenyusul.

Semoga Allah SWT selalu memberikan Hidayah dan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh

dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 28 Oktober 2014

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBING	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	xi
PRAKATA	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian Jasa dan Karakteristiknya	8

2.1.3 Kualitas Layanan	9
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.5 Kepuasan Konsumen	13
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Konseptual	18
BAB 3. METODE PENELITIAN	20
3.1 Rancangan Penelitian	20
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	20
3.2.1 Populasi Penelitian	20
3.2.2 Metode Pengambilan Sampel	21
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	21
3.3.1 Sumber Data	21
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	22
3.4 Identifikasi Variabel Penelitian	22
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	23
3.5.1 Definisi Operasional Variabel	23
3.5.2 Skala Pengukuran	25
3.6 Uji Instrumen	25
3.6.1 Uji Validitas	25
3.6.2 Uji Reliabilitas	26
3.7 Metode Analisis Data	26
3.7.1 Analisis Deskriptif	26
3.7.2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	27
3.7.3 Analisis Diagram Kartesius.....	27
3.8. Kerangka Pemecahan Masalah	30
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	32

4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.2 Karakteristik Responden	33
4.1.3 Uji Instrument	35
4.1.3.1 Uji Validitas	36
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	37
4.1.4 Analisis Deskriptif	37
4.1.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>.....	51
4.1.6 Analisis Diagram Kartesius.....	52
4.2 Pembahasan	57
4.3 Keterbatasan Penelitian	62
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	17
Tabel 4.1 KarakteristikUsia Responden	34
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	34
Tabel 4.3 KarakteristikProfesi atau Pekerjaan Responden	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik	38
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Kehandalan	39
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Daya Tanggap	40
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jaminan	41
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Empati	42
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Bukti Fisik	44
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Kehandalan	45
Tabel 4.13 Distribusi Daya Tanggap	47
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Jaminan	48
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Empati	50
Tabel 4.16 Hasil <i>Importance Performance Analysis</i>	51
Tabel 4.17 Hasil Diagram kartesius	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kepuasan dan Ketidakpuasan	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	18
Gambar 3.1 Diagram Kartesius	29
Gambar 3.2 Kerangka Pemecahan Masalah.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>Cafe</i> Kopi Miring	33
Gambar 4.2 Posisi Indikator Pada Diagram Kartesius	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2. Jawaban Responden Berdasarkan Kenyataan	72
Lampiran 3. Jawaban Responden Berdasarkan Harapan	75
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	78
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	84
Lampiran 6. Hasil Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	90
Lampiran 7. Hasil <i>Importance Performance Anaysis</i>	100
Lampiran 8. Hasil Nilai Diagram Kartesius.....	101

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu jenis bisnis yang tidak pernah lesu dalam keadaan perekonomian apapun. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman selalu nampak tinggi di mana pun. Banyaknya *Cafe* yang terus bermunculan dengan menawarkan berbagai macam produk makanan dan minuman membuat semakin semarak persaingan dalam bisnis kuliner ini, mulai dari yang dikemas dengan sederhana hingga yang dikemas dengan sangat mewah, berkelas dan sangat menarik. Salah satu hal terus bermunculannya jenis usaha ini adalah karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap orang, semua orang pasti butuh makan dan minum serta gaya hidup masyarakat yang terus berubah dan lebih suka untuk berkegiatan (nongkrong) ditempat-tempat nongkrong seperti *Cafe*.

Pesatnya pertumbuhan usaha *Cafe* di Indonesia, juga diikuti dengan semakin banyak bermunculan/berdiri *Cafe* di Jember, khususnya pada area kampus seperti Universitas jember, Politeknik Negeri Jember, STIE Mandala, IKIP, dsb. Dengan terus berkembangnya jenis usaha ini dari waktu kewaktu, perlahan tentu akan memicu munculnya persaingan tersendiri di antara pelaku bisnis tersebut. Berbagai cara harus dilakukan oleh masing – masing pelaku bisnis atau pengusaha untuk memenangkan persaingan yang semakin ‘panas’ dalam bisnis ini. Kepuasan konsumen merupakan faktor penting untuk bisa terus bersaing dengan pesaing – pesaing di bidang usaha sejenis. Hal ini dikarenakan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen, perusahaan dapat meningkatkan keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Untuk bisa mendapatkan kepuasan konsumen salah satunya adalah dengan memberikan kualitas layanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dalam menikmati setiap produk yang ditawarkan oleh *Cafe*.

Menurut Kotler (2002: 42), kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kenyataan (kinerja) suatu produk/jasa dan harapan – harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana anggapan terhadap produk sesuai dengan

ekspektasi atau harapan seorang pembeli. Harapan konsumen umumnya merupakan prakiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk/jasa. Seorang konsumen mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan, yaitu bila produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi atau digunakan, maka konsumen tersebut akan merasa tidak puas. Namun bila terjadi sebaliknya, yaitu produk sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas sehingga suatu saat akan mengkonsumsi kembali produk tersebut.

Menurut Wyckof dalam Tjiptono (2004: 59) kualitas jasa (layanan) adalah tingkat yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2006: 175) mengatakan kualitas sebagaimana diinteroretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen. Konsumen yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Cafe Kopi Miring Jember merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang wajib memberikan kualitas layanan yang baik untuk membuat para konsumen merasa nyaman saat menyantap segala hidangan yang ditawarkan, dengan demikian diharapkan jumlah konsumen terus meningkat dan konsumen menjadi puas terhadap kualitas layanan *Cafe Kopi Miring*. Banyaknya pesaing seperti *Do Cafe*, *Cafe Shaf*, *Smart Cafe*, *Kopi Cak Wang*, *Cafe Wayang*, *Cafe The Kopi Lowo*, *Oranje Cafe* dan lain-lain, maka dirasa perlu bagi pihak manajemen *Cafe Kopi Miring* untuk memperhatikan bagaimanakah harapan konsumen terhadap kualitas layanan dan bagaimanakah penilaian konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Dengan semakin banyaknya konsumen baru yang datang dan juga konsistensi konsumen lama untuk terus datang berkunjung dan memilih *Cafe Kopi Miring* sebagai tempat nongkrong mengharuskan pemilik *Cafe* meningkatkan kualitas layanan yang dimiliki agar konsumen tersebut tidak meninggalkan *Cafe* tersebut dan memilih *Cafe* lain. Apabila konsumen potensial lebih memilih *Cafe* lain tentu saja ini akan menjadi hal yang tidak menyenangkan.

Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang memiliki perasaan senang karena harapan terhadap produk yang dikonsumsi sesuai dengan keinginannya. Konsumen yang puas belum tentu loyal terhadap produk akan tetapi konsumen yang puas bisa berpotensi menjadi konsumen yang loyal terhadap produk dan perusahaan. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas layanan yang lebih baik, lebih efektif, dan lebih efisien menjadi hal sangat penting untuk bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen terhadap kualitas layanan dari *Cafe Kopi Miring* ?
- b. Bagaimanakah posisi masing-masing variabel yang digunakan sebagai dasar pelayanan berdasarkan harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen ?
- c. Variabel kualitas layanan manakah yang harus menjadi prioritas utama untuk dikembangkan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen terhadap kualitas layanan dari *Cafe Kopi Miring Jember*.
- b. Untuk mengetahui posisi masing-masing variabel yang digunakan sebagai dasar pelayanan berdasarkan harapan dan kenyataan yang dirasakan konsumen.
- c. Untuk mengetahui variabel kualitas layanan manakah yang harus menjadi prioritas utama yang akan dikembangkan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian bisa dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan atau acuan bagi pihak – pihak:

a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan bagi *Cafe Kopi Miring* Jember untuk menetapkan kebijakan strategi layanan konsumen yang optimal.

b. Bagi kalangan akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya yang berminat pada riset pemasaran.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini merupakan salah satu pelatihan berpikir secara ilmiah dengan menganalisis data obyek yang akan diteliti dan diharapkan bisa menjadi wacana tambahan mengenai praktik pemasaran.