

ABSTRAK

Dreezel Coffee merupakan salah satu dari *coffee shop* atau kafe kopi terfavorit di Bandung dan memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak pertahunnya. Di dalam usaha yang bergerak di bidang *food and beverages* pastinya Dreezel Coffee memiliki target pelanggan yang spesifik. Target pelanggan dari Dreezel Coffee itu sendiri adalah warga Bandung khususnya remaja penikmat kopi yang membutuhkan suasana nyaman dan ramah saat mengunjungi *coffee shop*. Melihat dari target pelanggan utamanya adalah pelanggan-pelanggan remaja penikmat kopi yang mencari suasana nyaman dan pelayanan ramah maka Dreezel Coffee menggunakan *Total Quality Service (TQS)* sebagai sistem pelayanan manajerial dan sistem pelayanan pegawainya. Pelayanan yang diberikan oleh Dreezel Coffee melalui beberapa dimensi *Total Quality Service* yang melibatkan seluruh pekerja Dreezel Coffee. Konsep yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah sistem *total quality service*, dimensi *total quality service* dan nilai pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sistem pelayanan seperti apa yang digunakan oleh Dreezel Coffee, dimensi pelayanan yang digunakan oleh Dreezel Coffee dan bagaimana nilai pelanggan Dreezel Coffee. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian konstruktivisme dikarenakan peneliti berusaha menggali informasi tentang pengetahuan dan pengalaman informan-informan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan Dreezel Coffee. Hasil dari penelitian ini adalah Dreezel melakukan pelayanan yang terfokuskan di sistem pelayanan karyawan dengan melakukan komunikasi yang membentuk rasa nyaman dan ramah pada benak pelanggan. Dimensi *total quality servive* yang digunakan adalah tujuh macam yakni fungsi, karakteristik, kesesuaian, keandalan, *serviceability*, estetika, dan persepsi. *Customer Value* yang diciptakan oleh Dreezel Coffee ada tiga tingkatan yaitu *expected, desired, unanticipated value*.

Kata Kunci : Total Quality Service, Komunikasi Eksternal, Dimensi Kualitas Pelayanan, Sistem Pelayanan, Nilai Tambah Pelanggan