

## ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada *era new normal* terus meningkat, dengan dampak yang signifikan terhadap sektor kuliner. Industri kuliner mengalami perubahan yang besar dengan peningkatan jumlah restoran, rumah makan, dan cafe di Indramayu dari tahun 2019 hingga 2021. Bisnis kuliner yang terus berkembang, diperlukan inovasi dan kreativitas yang tinggi untuk menciptakan produk kuliner yang istimewa dan berkualitas. Sebagai pengusaha kuliner, tidak hanya menjual produk saja yang harus menjadi fokus, tetapi juga perlu memberikan perhatian pada kualitas layanan yang diberikan. Hal ini penting agar dapat terus menarik minat pelanggan, memberikan kepuasan kepada mereka, dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang serta mungkin merekomendasikan tempat tersebut kepada teman atau keluarga. Caffe & Resto Wirajura di *Google Customer Review* memiliki 359 ulasan dengan distribusi peringkat sebagai berikut: 1 bintang (1,3%), 2 bintang (0,2%), 3 bintang (2,2%), 4 bintang (5,8%), dan 5 bintang (90%). Meskipun mendapat banyak ulasan positif, beberapa konsumen masih merasa kecewa atas pelayanan yang diberikan Caffe & Resto Wirajura.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur, menilai dan memperbaiki kepuasan konsumen berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Caffe & Resto Wirajura untuk konsumen yang telah berkunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data yang dibutuhkan yaitu data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan metode *Nonprobability Sampling* jenis *Sampling Purposive* dengan melibatkan 82 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) serta *Customer Satsosfaction Index* (CSI).

Hasil perhitungan analisis deskriptif menunjukkan bahwa kenyataan dan harapan mendapatkan skor sebesar 63,13% (Penting) dan 70,06% (Penting). Nilai GAP antara kenyataan dan harapan sebesar -31. Selain itu hasil perhitungan *Customer Satsosfaction Index* (CSI) sebesar 61,83% (cukup puas). Kemudian pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa pada kuadran III (prioritas utama) atribut ke 1, 11, 12, 13, 14, 21, 23 dan 24 yang perlu di tingkatkan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satsosfaction Index* (CSI)