

## ABSTRAK

Objek dalam penelitian ini adalah Warung Jeans di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Warung Jeans. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reability*), dan jaminan (*assurance*) dan kepuasan pelanggan serta apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Jeans.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kausal dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Variabel bebas pada penelitian ini adalah  $X_1$ : bukti fisik (*tangible*),  $X_2$ : empati (*emphaty*),  $X_3$ : daya tanggap (*responsiveness*),  $X_4$ : keandalan (*reability*), dan  $X_5$ : jaminan (*assurance*). Sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Populasi penelitian ini adalah pelanggan Warung Jeans. Ukuran sampel sebesar 360 orang didapatkan dengan teknik *sampling* untuk populasi yang diketahui. Metode *sampling* yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain *survey*, observasi, study kepustakaan. Skala yang digunakan adalah skala Likert positif. Teknik analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi Windows 17.0. Sedangkan uji hipotesis yang dilakukan adalah uji hipotesis simultan dan parsial.

Berdasarkan analisis deskriptif yang dilakukan ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada pada katagori tinggi. Berdasarkan analisis regresi berganda, secara simultan kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Jeans. Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,7%. Sedangkan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Secara parsial bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), empati (*emphaty*), dan jaminan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Jeans, sedangkan dan keandalan (*reability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Jeans. Daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 36,7%.

Kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 58,7%. Sedangkan sisanya sebesar 41,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis data maka penulis menyarankan sebaiknya Warung Jeans lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan terlebih pada variabel keandalan (*reability*) yang memiliki pengaruh terendah. Selain kualitas pelayanan, Warung Jeans juga sebaiknya memperhatikan dan meningkatkan faktor-faktor lain seperti harga, fitur produk dan layanan, serta emosi konsumen dalam meningkatkan kualitas pelayanan di masa mendatang bagi konsumen.

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Analisis Regresi Berganda, Warung Jeans*