

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan dengan baik penyusunan Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BERDASARKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA BOBER CAFÉ”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis program studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom.

Penulis menyadari dalam penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir tidak akan berhasil tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Yang Terhormat Ibu Farah Alfanur, S.Si., MSM., M.Eng selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan arahan, saran, ilmu yang bermanfaat, semangat dan motivasi kepada penulis dari awal hingga akhir penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Yang penulis hormati Ibu Eka Yuliana ST., MSM dan ibu Astri Ghina S.Si., MSM selaku dosen penguji proposal Tugas Akhir yang telah memberikan banyak saran dan koreksi atas proposal Tugas Akhir penulis.
3. Ibu Farah Alfanur, S.Si., MSM., M.Eng dan Ibu Rr. Rieka F. Hutami, SMB., MM selaku dosen mata kuliah metodologi penelitian yang telah memberikan banyak ilmu mengenai metode penelitian sehingga membantu penulis dalam proses pengerjaan Tugas Akhir penulis.
4. Yang Terhormat Pak Jurry Hatamimi, SE., MM selaku dosen wali yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat dan motivasi kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta yaitu Ibu Sitti Aisyah dan Bapak Muh Senen yang begitu hebat yang selalu memberikan motivasi, dukungan, semangat, perhatian, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Saudara kandug tercinta, Indra Listiono dan Tri Utami Ningsih yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik penyusunan Tugas Akhir ini.
7. Seluruh civitas akademika Institut Manajemen Telkom yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyusun Tugas Akhir ini.
8. Seluruh karyawan Bober Café yang telah membantu dan membimbing penulis selama melakukan penelitian.
9. Sahabat - sahabat terdekat penulis Pinky House ,Erick, Zul, Rachman, Rudy, Wahyu, Kanda Rian, Fandy, Ojan, zia, dani dan Kicky yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir.
10. Dian, Dira, Irma atas motivasi, doa, dan dukungan yang diberikan kepada penulis

11. Teman – teman Ipsahat, Reza, Tomo, Aan, Syakir, Ardi, Karca yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa dalam penyusunan Tugas Akhir
12. Teman – teman phinisi yang selalu memberikan dukungan moral dalam penyusunan Tugas Akhir.
13. Teman – teman kelas C prodi MBTI angkatan 2010 atas segala bantuan, kerjasama dan dukungan yang diberikan.
14. Teman seperjuangan Pipit, Faruq dan Feri yang selalu memberikan semangat, dukungan dan berbagai ilmu dalam menyusun tugas akhir ini .
15. Seluruh pihak yang dengan tidak mengurangi rasa hormat tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penelitian dan penulisan laporan ini masih banyak kekurangan, namun harapan penulis semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca. Semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah kepada kita. Amin.

Bandung, Agustus 2014

Penulis

(Agung Binotoyo)

1201100059

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Struktur Organisasi.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	15
2.1.3 Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.1.5 <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	28
2.1.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
2.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	39

BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Variabel Operasional.....	40
3.2.1 Variabel Operasional .....	40
3.2.2 Skala Pengukuran .....	42
3.3 Tahapan Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel.....	44
3.5 Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Jenis Data .....	45
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas.....	46
3.6.1 Validitas.....	46
3.6.2 Realibilitas.....	46
3.6.3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	48
3.7 Teknik Analisis Data.....	49
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.7.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	50
3.7.3 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> .....	51
BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	53
4.1 Hasil Penelitian .....	53
4.1.1 Analisis Deskriptif Profil Responden .....	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	56
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	57
4.2 Hasil Penelitian dan Usulan Perbaikan .....	57
4.2.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	57
4.2.2 Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .....	64

4.2.3 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	68
4.2.4 Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan .....	70
4.2.5 Usulan Perbaikan .....	71
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	72
4.3.1 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Pelayanan (kepentingan).....	72
4.3.2 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Pelayanan (kenyataan).....	73
4.3.3 Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> .....	74
4.3.4 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> .....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bober Cafe.....	2
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Bober Café.....	2
Gambar 1.3 Survei Awal.....	5
Gambar 1.4 Jumlah Pelanggan Bober Cafe tahun 2011,2012,2013.....	7
Gambar 2.1 Konsep Inti Marketing.....	11
Gambar 2.2 Karakteristik Jasa.....	17
Gambar 2.3 Model Konseptual Servqual.....	23
Gambar 2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	25
Gambar 2.5 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	26
Gambar 2.6 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	29
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	43
Gambar 3.2 Garis Kontinum.....	49
Gambar 3.3 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> .....	52
Gambar 4.1 Diagram Distribusi Frekuensi Siswa Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.2 Diagram Distribusi Frekuensi Siswa Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Gambar 4.3 Diagram Distribusi Frekuensi Siswa Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Gambar 4.4 Diagram Distribusi Frekuensi Siswa Berdasarkan Penghasilan .....,56	56
Gambar 4.5 Diagram Distribusi Frekuensi Siswa Berdasarkan Frekuensi Berkunjung.....	57
Gambar 4.6 Garis Kontinum Kategori <i>Tangible</i> .....	59
Gambar 4.7 Garis Kontinum Kategori <i>Empathy</i> .....	60
Gambar 4.8 Garis Kontinum Kategori <i>Realibility</i> .....	61
Gambar 4.9 Garis Kontinum Kategori <i>Responsive</i> .....	62
Gambar 4.10 Garis Kontinum Kategori <i>Assurance</i> .....	63
Gambar 4.11 Diagram <i>Importance Performance Analysis Servqual</i> Per Sub Variabel .....	68
Gambar 4.12 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> Per Indikator Pernyataan.....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skripsi.....	30
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	33
Tabel 2.3 Jurnal Internasional.....	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	48
Tabel 3.3 Klasifikasi Persentase.....	50
Tabel 4.1 Kriteria Interpretasi Skor.....	58
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Tangible</i> .....	58
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Empathy</i> .....	59
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Realibility</i> .....	61
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Responsive</i> .....	62
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Assurance</i> .....	63
Tabel 4.7 Gap Pada Setiap Sub Variabel Kualitas Pelayanan .....	64
Tabel 4.8 <i>Customer Satisfaction Index</i> Sub Variabel <i>Tangible</i> .....	64
Tabel 4.9 <i>Customer Satisfaction Index</i> Sub Variabel <i>Empathy</i> .....	65
Tabel 4.10 <i>Customer Satisfaction Index</i> Sub Variabel <i>Realibility</i> .....	66
Tabel 4.11 <i>Customer Satisfaction Index</i> Sub Variabel <i>Responsive</i> .....	66
Tabel 4.12 <i>Customer Satisfaction Index</i> Sub Variabel <i>Assurance</i> .....	67
Tabel 4.13 Usulan Perbaikan .....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuisisioner penelitian .....	84
Lampiran 2 Data responden .....	86
Lampiran 3 Diagram Caetresius Important Performance Analysis .....	94