



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian di Kopi Duro

Skripsi

Oleh

Nabila Khansa

6081801114

Bandung

2022



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian di Kopi Duro

Skripsi

Oleh

Nabila Khansa

6081801114

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Nabila Khansa
Nomor Pokok : 6081801114
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Duro

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 23 Juni 2022
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji


Ketua sidang merangkap anggota

Yosefa, S.T., M.M.

4 Juli 2022
: Pengesahan 6081801114
a.n. Nabila Khansa

Sekretaris

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Anggota

Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nabila Khansa

NPM : 6081801114

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Duro

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juni 2022



Nabila Khansa

ABSTRAK

Nama : Nabila Khansa
NPM : 6081801114
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Duro

Kota Bandung dikenal sebagai tujuan wisata karena banyaknya bisnis yang bergerak dibidang industri kuliner salah satunya adalah *café*. Jenis *café* yang semakin meningkat salah satunya adalah *coffee shop*. Salah satu *coffee shop* yang terkena dampak dari pandemi yaitu Kopi Duro. Kopi Duro mengalami penurunan jumlah konsumen, maka Kopi Duro harus tetap mempertahankan bisnisnya dengan cara memperbaiki kualitas pelayanan agar mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan Kopi Duro, mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada Kopi Duro, dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Kopi Duro.

Metode penelitian ini ialah metode aosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data yang diperoleh dari kuesioner kepada 110 responden dengan kriteria seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian di Kopi Duro. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan melakukan wawancara dengan pemilik Kopi Duro dan menyebarkan kuesioner kepada responden sesuai dengan kriteria. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan teknik statistik asumsi regresi dengan menggunakan alat pengukuran yaitu SPSS 26.0.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat hasil garis kontinum pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil sebesar 90% dan variabel keputusan pembelian sebesar 89%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sudah dinilai sangat baik oleh responden. Adapun pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 41,7%. Pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel ($8,783 > 1,982$), sehingga H_0 ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Kopi Duro. Saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan memperbaiki SOP terkait pelayanan konsumen dan lebih bersedia menanggapi keluhan konsumen, sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian di Kopi Duro.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian dan Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

Nama : Nabila Khansa
NPM : 6081801114
Judul : *The Effect of Service Quality to Purchase Decision in
Kopi Duro*

Bandung city is known as a tourist destination because of the many businesses engaged in the culinary industry, one of which is café. One type of café that is increasing is a coffee shop. One of the coffee shops affected by the pandemic is Kopi Duro. Kopi Duro has experienced a decrease in the number of consumers, so Kopi Duro must continue to maintain its business by improving the quality of service in order to be able to increase consumers' purchasing decisions. The purpose of this study is to determine the quality of Kopi Duro service, find out the relationship between service quality and purchasing decisions in Kopi Duro, and find out the effect of service quality on purchasing decisions in Kopi Duro.

This research method is an aosiative method using a quantitative approach with data. obtained from a questionnaire to 110 respondents with the criteria of all consumers who have made purchases at Kopi Duro. The data collection technique used is by conducting interviews with the owner of Kopi Duro and distributing questionnaires to respondents according to the criteria. The data analysis techniques used are descriptive analysis and regression statistics techniques using a measurement tool, namely SPSS 26.0.

Based on the results of the study, there are continuum line results in the service quality variable showing results of 90% and the purchase decision variable of 89%. This shows that the quality of service to purchasing decisions has been considered very good by respondents. The influence between the quality of service on purchasing decisions and the value of the coefficient of determination is 41.7%. Hypothesis testing (t test) showed that t counted $>$ t table ($8.783 > 1.982$), then H_0 was rejected. So, it can be concluded that the quality of service has a positive effect on purchasing decisions at Kopi Duro. Suggestions to improve the quality of service are by improving SOP related to customer service and being more willing to respond to consumer complaints, so as to improve purchasing decisions at Kopi Duro.

Keywords: Service Quality and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat rahmat dan karunianya yang dilimpahkan-Nya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi berlangsung hingga akhirnya skripsi berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Duro”** ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis.

Skripsi ini secara garis besar menjelaskan apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adapun tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan jendang pendidikan Strata-1 di Universitas Katolik Parahyangan pada jurusan Administrasi Bisnis.

Karenanya, besar harapan penulis agar penulisan skripsi ini dapat diterima dan disidangkan dengan baik, serta lebih jauh, memberikan manfaat berupa pandangan baru bagi para pembaca. Adapun, penulis menyadari bahwa tulisan dalam skripsi ini tak luput dari kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Untuk itu, penulis sangat terbuka atas segala kritik maupun saran yang dapat memotivasi penulis dalam menghasilkan penelitian yang lebih baik.

Bandung, 14 Juni 2022

Nabila Khansa

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada Allah SWT atas kelancaran, kemudahan, rahmat, dan anugerah yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kedua orang tua, Bapak Muchlis dan Ibu Dewi yang telah menjadi penguat dan memberikan do'a dan semangat moral sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, memberikan ilmu, dan telah sabar dalam membantu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku ketua Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis.

Kepada Jajaran dosen serta seluruh petugas yang bekerja di Universitas Katolik Parahyangan karena telah membimbing, membantu, dan melayani penulis semasa perkuliahan.

Kepada Pihak Kopi Duro yang telah membantu memberikan informasi dan mengizinkan penulis untuk menjadikan Kopi Duro sebagai objek penelitian.

Kepada Dhiaz Indrazaprila Almunaf selaku teman terdekat yang selalu menemani, membantu, memotivasi dan menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Kepada Teman sekaligus sahabat seperjuangan penulis yaitu Karentifa Nabila, Stani Sahala, dan Aufaa Sezara yang telah memberikan bantuan, diskusi, motivasi, dan hiburan selama proses pengerjaan skripsi ini.

Kepada Sahabat terdekat yaitu Anisa Nurhaliza, Naura Salsabila, Nadiya Ratna Pura, dan Xeril Ghaisani Preshila yang selalu memberikan *support* dan *do'a* kepada penulis sejak 2016.

Kepada Kim Seok Jin, Park Jimin, Kim Taehyung dan Jeon Jungkook. Yang telah memberikan hiburan dan semangat dalam mengerjakan skripsi.

Kepada Seluruh keluarga besar, teman-teman, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dalam membantu, menemani, menghibur, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dan perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1: PERMASALAHAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Identifikasi Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Objek Penelitian	10
1.5.1 Profil Kopi Duro	10
1.5.2 Visi misi Kopi Duro	12
1.5.3 Struktur organisasi	13
BAB 2: KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI	13
2.1 Pemasaran.....	13
2.2 Manajemen Pemasaran	14
2.3 Jasa	15
2.4 Kualitas Pelayanan	15
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.4.2 Karakteristik Pelayanan	16

2.4.3	Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.3.4	Perilaku Konsumen.....	18
2.5	Keputusan Pembelian	20
2.4.1	Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.4.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	21
2.4.3	Dimensi Keputusan Pembelian.....	23
2.4.4	Keterlibatan Dalam Keputusan Pembelian	24
2.6	Penelitian Terdahulu.....	25
2.7	Kerangka Pemikiran.....	28
2.8	Hipotesis	29
2.9	Metodologi.....	29
2.9.1	Bentuk Penelitian.....	29
2.9.2	Operasional Variabel	30
2.9.3	Definisi Operasional Variabel	31
2.9.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
2.8.4	Teknik Analisis Data	41
BAB 3:	HASIL DAN TEMUAN	46
3.1	Karakteristik Responden.....	46
3.2	Hasil Penelitian	50
3.2.1	Hasil Uji Validitas	50
3.2.2	Hasil Uji Reabilitas	53
3.2.3	Deskripsi Variabel Penelitian	54
3.2.4	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	66
3.2.4	Hasil Uji Normalitas	66
3.2.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	68

3.2.6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	70
3.2.7 Uji Hipotesis (Uji-t).....	72
3.2.8 Koefisien Determinasi (R^2).....	75
BAB 4: KESIMPULAN, REKOMENDASI, IMPLIKASI.....	76
4.1 Kesimpulan	76
4.2 Rekomendasi.....	77
4.3 Implikasi.....	78
REFERENCES.....	80
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah <i>Coffee Shop</i> di Kota Bandung Tahun 2020-2021	2
Tabel 1. 2 Daftar Pesaing di Sekitar Kopi Duro	3
Tabel 1. 3 Alasan Konsumen Datang Ke Kopi Duro Berdasarkan Faktor Kualitas Pelayanan	6
Tabel 1. 4 Data Keluhan Konsumen Bulan Maret 2022 Pada Kopi Duro	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 2. 3 Skala Likert	39
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 3. 3 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	54
Tabel 3. 4 Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Kopi Duro Tahun 2021-2022	5
Gambar 1. 2 Logo Perusahaan	10
Gambar 1. 3 Lokasi Kopi Duro	11
Gambar 1. 4 Produk Kopi Duro	12
Gambar 1. 5 Struktur Organisasi	13
Gambar 1. 6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	63
Gambar 1. 7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	65
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 2. 2 Model Penelitian	29
Gambar 3. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 3. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 3. 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 3. 4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	48
Gambar 3. 5 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	48
Gambar 3. 6 Crosstabulation antara Jenis Kelamin berdasarkan Frekuensi Pembelian	49
Gambar 3. 7 Crosstabulation antara Pendapatan dengan Frekuensi Pembelian ...	50
Gambar 3. 8 Hasil Uji Normalitas	67
Gambar 3. 9 Hasil Uji Normalitas P-Plot	68
Gambar 3. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatter Plot	69
Gambar 3. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	70
Gambar 3. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	71
Gambar 3. 13 Hasil Uji Parsial (Uji-t)	73
Gambar 3. 14 Kurva Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Duro	74
Gambar 3. 15 Hasil Koefisien Determinasi	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2 Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan	85
Lampiran 3 Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	89
Lampiran 4 Tabel Induk Variabel Kualitas Pelayanan	90
Lampiran 5 Tabel Induk Variabel Keputusan Pembelian	93
Lampiran 6 Tabulasi Data Identitas Responden	96

BAB 1

PERMASALAHAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya bisnis pada industri kuliner ini tidak dapat dielak dari adanya persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk dan jasa. Setiap pemangku usaha harus memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan penyesuaian kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), mengatakan bahwa subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada 2020 (Agmasari, 2021).

Kota Bandung dikenal sebagai kota wisata kuliner yang melimpah dan menjadi salah satu tujuan wisata, sehingga bisnis kuliner di Kota Bandung semakin berkembang. Industri kuliner yang terkenal di Kota Bandung yaitu *cafe*. Industri *cafe* ini sangat diminati oleh para pelaku bisnis di Kota Bandung. Hal tersebut membuktikan bahwa persaingan di industri kuliner pada bidang *cafe* semakin meningkat. Berikut beberapa jenis *café* di Kota Bandung yaitu:

1. *Coffee shop* menekankan pada menu kopi dan makanan ringan. Memiliki fasilitas *Wifi*, *AC*, *charging*, *no smoking area*, dan *smoking area* (Suryani & Kristiyani, 2021). Saat ini *coffee shop* tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi tetapi bisa untuk tempat berfoto dan mengerjakan tugas.

2. *Buffet* adalah jenis *cafe* yang memiliki sistem penyajian makanan secara prasmanan. Menu makanan *buffet* biasanya sangat bermacam-macam dan pelayanannya secara *self service* (Rahayuningsih & Aditya, 2017)
3. *Urban Foodcourt* adalah bagian dari pujasera modern. Desain bangunannya lebih kekinian dan disesuaikan dengan *trend* saat ini. Dilengkapi dengan spot *intragram-able* dan menjadi tempat nongkrong (Vidya, 2017).
4. *Bistro & Brasserie* adalah sebuah restoran kecil yang menyajikan makanan sederhana dengan harga menengah. Menu yang ditawarkan adalah menu khas negara seperti Perancis. *Bistro* khas dengan suasana yang santai, *homey*, dan *casual* (Vidya, 2017)

Bertambahnya jumlah *café*, berkontribusi pada peningkatan persaingan sehingga mendorong agar *café* memiliki konsep yang menarik minat pelanggan untuk berkunjung. Salah satu bisnis yang sedang berkembang yaitu *coffee shop*. Kemunculan *Coffee shop* kini bukan hanya menjadi pilihan untuk melepas penat namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia (Setiawan, 2018). Pada tabel 1.2 menunjukkan data jumlah *coffee shop* di Kota Bandung tahun 2020 sampai 2021.

Tabel 1. 1 Data Jumlah *Coffee Shop* di Kota Bandung Tahun 2020-2021

Tahun	Jumlah
2020	227
2021	200

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2022)

Dilihat dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa data jumlah *coffee shop* pada tahun 2020 sebesar 227 *coffee shop* sedangkan pada tahun 2021 sebesar 200 *coffee shop*. Adanya pandemi membuat sebagian besar usaha mulai dari pariwisata, perhotelan, hingga *mall* mengalami penurunan akibat adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang di himbau oleh pemerintah untuk mengurangi dampak penyebaran Virus Covid-19. Salah satunya yaitu pada industri kuliner terutama *coffee shop* yang mengalami penurunan pada tahun 2021 dikarenakan PPKM darurat yang membuat *coffee shop* sepi pengunjung dan mengakibatkan turunnya pendapatan sehingga *coffee shop* tidak mampu bertahan.

Dalam persaingan bisnis *coffee shop* ditengah pandemi yang dimana pelaku bisnis harus dapat mempertahankan kelangsungan dari bisnis yang sedang dijalankan. Salah satu bisnis *coffee shop* yang mampu bertahan hingga saat ini yaitu Kopi Duro, namun terdapat *coffee shop* lainnya disekitar Kopi Duro yang mampu bertahan dan muncul sebagai pesaing baru. Berikut ini adalah daftar *coffee shop* pesaing Kopi Duro di sekitar.

Tabel 1. 2 Daftar Pesaing di Sekitar Kopi Duro

No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Tahun	Alamat
1	Kopi Sepuluh	2019	Jl. LLRE Martadinata St No.83, Citarum, Bandung
2	Ding Coffee Truck	2021	Jl. Mataram No.2, Cihapit, Bandung

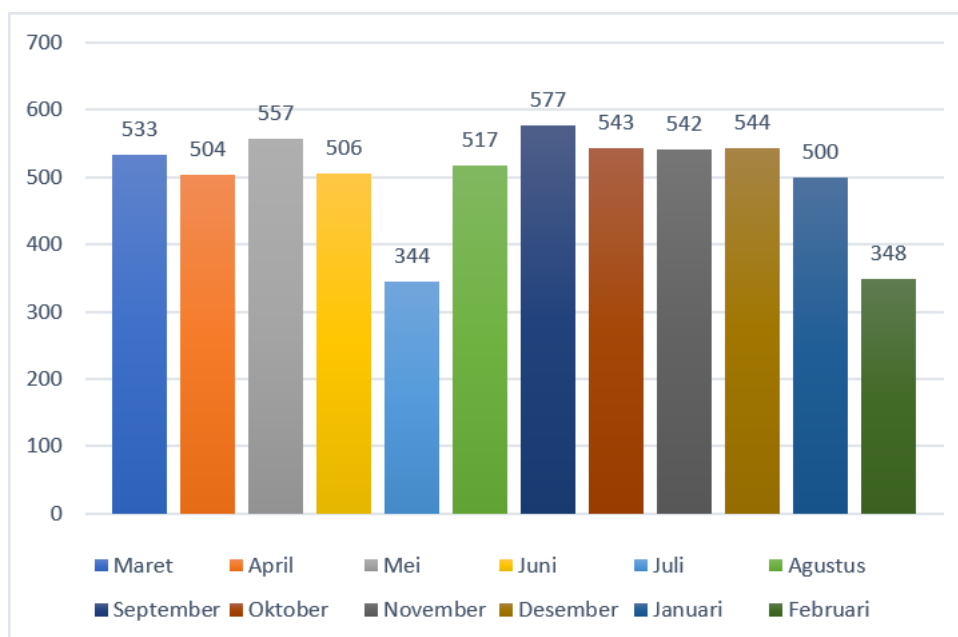
No	Nama <i>Coffee Shop</i>	Tahun	Alamat
3	Taeun Coffee	2018	Jl. LLRE Martadinata St No.50, Citarum, Bandung
4	Two Cents	2014	Jl. Lombok No.28a, Cihapit, Bandung
5	Kai At The Place	2021	Jl. Lombok No.19, Merdeka, Bandung
6	Kin+	2021	Jl. Lombok No.17, Merdeka, Bandung
7	Nomo Coffee	2021	Jl. Ambon No.16, Citarum, Bandung
8	Senandika Kopi	2020	37 PAV, Jl. Lombok, Citarum, Bandung

Sumber: Data kompilasi peneliti (2022)

Data pada tabel 1.2 menunjukkan adanya 8 *coffee shop* sejenis yang saling berdekatan secara lokasi dengan Kopi Duro. Lokasi dari delapan pesaing Kopi Duro ini berada di sekitar Kopi Duro dengan jarak sekitar 67 meter hingga 650 meter. Kai At The Place dan Kin+ adalah *coffee shop* pesaing Kopi Duro yang berdiri sejak tahun 2021. *Coffee shop* tersebut mengalami kenaikan pada keramaian pengunjung karena *design* tempat yang menarik dan kekinian. Meskipun Kopi Duro sudah cukup lama dibandingkan dengan pesaingnya, tetapi Kopi Duro mampu bersaing dengan *coffee shop* lainnya. Kopi Duro merupakan tempat yang didesain dengan

konsep semi outdoor, bangunan sederhana dan menawarkan menu makanan dengan harga yang terjangkau. Persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama dari industri sejenis, membuat Kopi Duro harus bergerak lebih cepat dalam hal kualitas pelayanan. Berikut data pengunjung Kopi Duro tahun 2021-2022.

Gambar 1. 1 Data Pengunjung Kopi Duro Tahun 2021-2022



Sumber: Data internal Kopi Duro (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1, jumlah pengunjung Kopi Duro tidak konsisten. Terjadi peningkatan jumlah pelanggan pada bulan September 2021 sebesar 577 orang, dan penurunan pelanggan pada bulan Juli 2021 sebesar 344 orang.

Didasarkan pada Gambar 1.1 diatas, hasil wawancara awal dengan pihak manajemen Kopi Duro disebutkan perlunya melakukan inovasi produk dan perbaikan layanan untuk menarik minat konsumen kembali. Saat melakukan

pembelian, pada umumnya konsumen akan memperhatikan kualitas layanan di Kopi Duro, konsumen akan melihat dari layanan yang di berikan oleh Kopi Duro. Tabel 1.3 berikut ini menjelaskan faktor kualitas pelayanan dari perspektif 34 konsumen yang mengisi kuesioner layanan pada Bulan Maret 2022 sebagai bagian dari studi pendahuluan.

Tabel 1. 3 Alasan Konsumen Datang Ke Kopi Duro Berdasarkan Faktor Kualitas Pelayanan

No	Alasan	Jawaban	Persentase (%)
1	Karyawan selalu melakukan <i>upselling</i> pada konsumen	0	0%
2	Puas dengan pelayanan yang diberikan	9	26,5%
3	Pelayanan yang ramah kepada setiap konsumen yang datang	17	50%
4	Dekorasi Kopi Duro menarik	0	0%
5	Pelayanan yang cukup cepat saat melayani pesanan	8	23,5%
6	Pelayanan yang cukup menjelaskan produk yang ada dengan baik	0	0%

Sumber: Olah kuesioner terhadap pelanggan Kopi Duro (Maret, 2022)

Didasarkan pada respon dari 34 responden menunjukkan bahwa pelayanan ramah yang diberikan oleh Kopi Duro kepada setiap konsumen yang datang

merupakan salah satu faktor utama bagi konsumen untuk datang dan membuat keputusan pembelian di Kopi Duro dengan total responden 17 orang (50%). Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal penting dalam sebuah perusahaan, maka dari itu kualitas pelayanan suatu usaha menjadi tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berikut adalah data keluhan konsumen Kopi Duro bulan Maret 2022.

Tabel 1. 4 Data Keluhan Konsumen Bulan Maret 2022 Pada Kopi Duro

No	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Pelayan tidak terlalu menanggapi keluhan konsumen	3
2	Kecepatan dalam menunggu pesanan yang cukup lama	5
3	Rasa kopi kadang berubah-ubah	26
Total		34

Sumber: Olah kuesioner terhadap pelanggan Kopi Duro (2022)

Berdasarkan tabel 1.4, terdapat 3 responden yang memberikan keluhan bahwa pelayan tidak terlalu menanggapi keluhan konsumen, 5 konsumen memberikan keluhan bahwa kecepatan menunggu pesanan terlalu lama, selebihnya mengatakan

rasa kopi kadang berubah. Tabel 1.4 menjadi langkah awal bagi Kopi Duro untuk kembali melakukan evaluasi layanan didasarkan pada keluhan konsumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dipaparkan, penelitian ini akan meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kopi Duro”**

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk menghindari adanya pelebaran pokok permasalahan, sehingga pembahasan lebih terarah dan tujuan penelitian dapat tercapai. Berdasarkan identifikasi masalah, penulis memberikan beberapa batasan masalah dalam penelitian ini:

1. Lokasi penelitian dilakukan di Kopi Duro, Kota Bandung, Jawa Barat
2. Pelanggan yang melakukan pembelian makanan dan minuman di Kopi Duro
3. Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang melakukan *dine in*
4. Jangka waktu penelitian pada bulan Februari hingga Agustus 2022.

1.3 Identifikasi Masalah

Pada saat ini berkembangnya *coffee shop* yang semakin meningkat dengan menawarkan produk atau layanan yang sejenis, maka dari itu pelaku usaha *coffee shop* perlu menentukan strategi pemasaran dengan meningkatkan kualitas pelayanan karena dengan kualitas pelayanan yang baik, maka berpengaruh pada keputusan pembelian di Kopi Duro. Masalah yang diteliti terbatas pada pelanggan Kopi Duro yang melakukan pemesanan *dine in*.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Duro?
2. Bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Kopi Duro?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kopi Duro?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kopi Duro.
2. Mengetahui dan menganalisis keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Kopi Duro.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kopi Duro.

1.5 Objek Penelitian

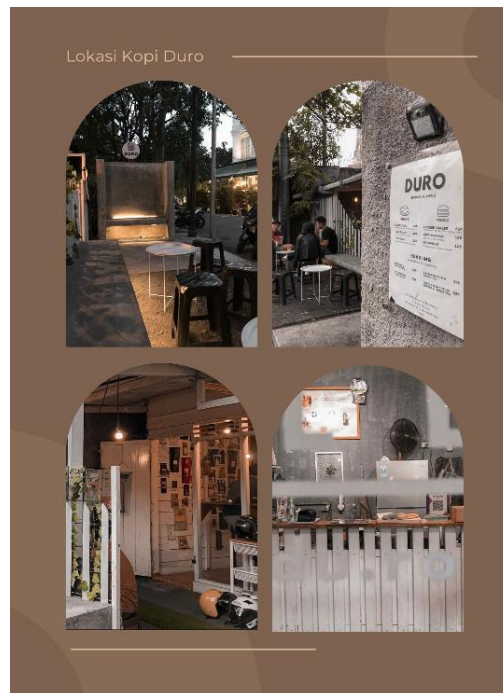
1.5.1 Profil Kopi Duro



Gambar 1. 2 Logo Perusahaan

Sumber: Data internal Kopi Duro (2022)

Penelitian ini dilakukan pada Kopi Duro yang berlokasi di Jl. Madura No. 1A Bandung. Kopi Duro ini merupakan usaha yang bergerak di bidang industri kuliner. Kopi Duro ini didirikan oleh Melati Putri dan sudah berdiri sejak tahun 2019. Suasana yang ditawarkan oleh Kopi Duro adalah semi *outdoor*. Jam operasional Kopi Duro pukul 12.00 siang – 20.00 malam. Kopi Duro menawarkan produk minuman seperti kopi susu, mojito, teh, coklat, dll. Selain itu, Kopi Duro juga menawarkan produk makanan seperti dimsum dan *pastry*. Saat ini, Kopi Duro memiliki 5 barista. Kopi Duro memiliki perlengkapan antara lain 1 mesin *espresso*, *grinder*, *kettle*, *server*, *milkjug*, *dripper*, *frenchpress*, *thermometer*, *ice box*, *scale*, *kulkas*, *oven*, kompor, dll. Berikut merupakan foto lokasi dan produk Kopi Duro.



Gambar 1. 3 Lokasi Kopi Duro

Sumber: Data internal Kopi Duro (2022)



Gambar 1. 4 Produk Kopi Duro

Sumber: Data internal Kopi Duro (2022)

1.5.2 Visi misi Kopi Duro

1. Visi

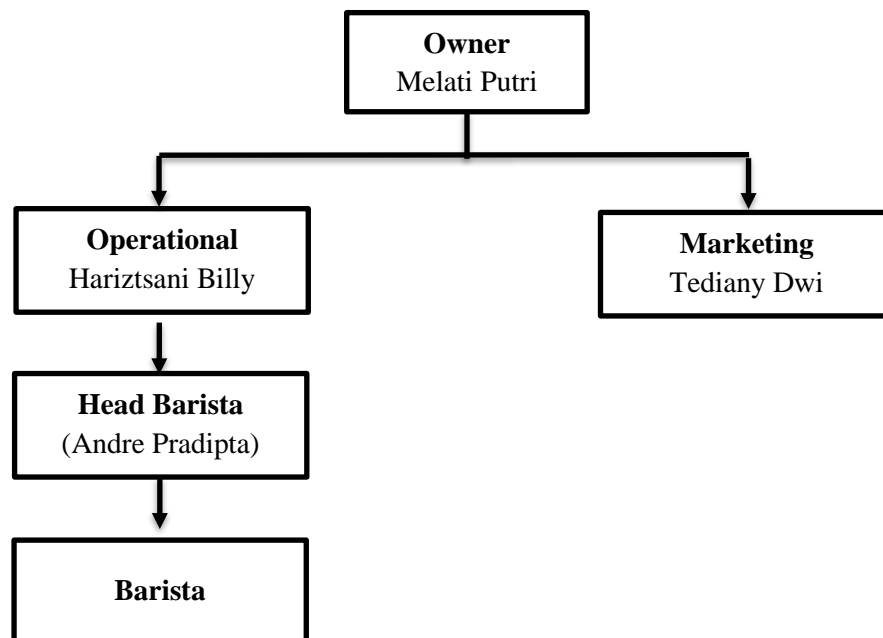
Menjadi *coffee shop* alternatif pilihan masyarakat Kota Bandung, dengan menawarkan kenyamanan tempat untuk berkumpul & bekerja, menawarkan keramahan pelayanan dan juga produk yang berkualitas melalui inovasi dan kreativitas yang sesuai dengan kebutuhan target market.

2. Misi:

- a. Menciptakan suasana yang nyaman untuk setiap target market Kopi Duro
- b. Menerapkan senyum, salam, sapa kepada setiap pelanggan Kopi Duro

- c. Menjual produk minuman dan makanan yang berkualitas dengan selalu menjaga dan mengontrol kualitas produk sesuai dengan standar yang ditentukan
- d. Mengoptimalkan penjualan melalui konsep bundling makanan dan minuman dengan channel *dine-in*, *take away*, maupun *online delivery*

1.5.3 Struktur organisasi



Gambar 1. 5 Struktur Organisasi

Sumber: Data internal Kopi Duro (2022)