



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen di Kafe Zero Hour Coffee Cabang Jalan Pager Gunung**

Skripsi

Oleh

Roland Octoviano

2012320093

Bandung

2017



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

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

**Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen di Kafe Zero Hour Coffee Cabang  
Jalan Pager Gunung**

Skripsi

Oleh

Roland Octoviano

2012320093

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Roland Octoviano  
Nomor Pokok : 2012320093  
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian  
Konsumen di Kafe Zero Hour Coffee Cabang Jalan Pager Gunung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Kamis, 10 Agustus 2017  
Dan dinyatakan **LULUS**



**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**  
Marihhot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

**Sekretaris**

James Rianto Situmorang, Drs., M.M

: 

**Anggota**

Dr. Theresia Gunawan, M.M., M.Phil.

: 

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## Surat Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Roland Octoviano

NPM : 2012320093

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung

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 pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku

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, 31 Juli 2017

METERAI  
TEMPEL  
6A0EBAEF429878715  
6000  
ENAM RIBU RUPIAH

Roland Octoviano

## ABSTRAK

Nama : Roland Octoviano

NPM : 2012320093

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kafe Zero Hour Coffee cabang Jalan Pager Gunung

---

Zero Hour Coffee merupakan salah satu kafe yang ada di kota Bandung. Terdapat beragam macam kafe yang ada di kota Bandung dengan banyak pesaing, ini merupakan objek yang menarik untuk diteliti untuk meningkatkan daya persaingan dan memperluas pasarnya. Identifikasi masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung. Pada penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian sebagai pengukur pengaruhnya. Kualitas Layanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi, sedangkan keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Oleh Karena itu penelitian ini diberi judul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kausal. Metode ini merupakan peneliti lebih tertarik untuk menggambarkan satu faktor atau lebih yang menimbulkan permasalahan, dengan kata lain untuk bisa menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Teknik pengumpulan data yang didapat melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100. Dalam penelitian ini, untuk pengambilan data dari responden menggunakan teknik *convenience sampling*, responden penelitian ini adalah pelanggan Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung.

Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung. Melalui Analisis Koefisien Determinasi, variabel kualitas pelayanan memberi pengaruh 42,7% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian, Zero Hour Coffee

## **ABSTRACT**

Name : Roland Octoviano

NPM : 2012320093

Title : *The effect of service quality on consumer buying decisions in Zero Hour Coffee branch Pager Gunung road.*

---

*Zero Hour Coffee is one of many cafes in city of Bandung. Which means there is a high competition between the cafes in Bandung, which makes this research interesting. The problem articulation in this research is how does service quality effect the consumer buying decisions. The reason for this research is to measure the effect of service quality to consumers buying decisions. This research is using twi variables, Service quality and consumers buying decisions, service quality is is the totality of the feature form of goods and services that demonstrate its ability to satisfy customer needs, both visible and hidden, as for buying decisions are actions of consumers that want to buy or not to the product. Therefore the title of this research is titled the effect of service quality to consumers buying decisions in Zero Hour Coffee branch road Pager Gunung*

*The research method used in this research is causal research. This is a method that researchers are more interested to describe one or more factors that cause problems, in other words to be able to state that the variable quality of service influence to the purchase decision. Data collection techniques obtained through observation, interviews, and questionnaires. The number of respondents in this research is 100. This is research is using convenience sampling technic for the data retrieval from the respondents, where the respondents is the customer of Zero Hour Coffee Pager Gunung branch.*

*The result of this research is variable quality service influence the variable purchase decision at Cafe Zero Hour Coffee Branch of Pager Gunung Street. From the coefficient determination analysis, the variable of service quality gives 42,7% influence to the purchasing decision while the rest is influenced by other variables.*

*Keyword :Quality Service, Consumer Buying Decisions, Zero Hour Coffee*

## Daftar Isi

Daftar Isi.....	i
Kata Pengantar .....	ix
Bab 1 Pendahuluan.....	12
1.1. Latar Belakang.....	12
1.2. Identifikasi Masalah .....	16
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian.....	16
1.4.1. Pembaca .....	16
1.4.2. Perusahaan.....	17
1.4.3. Akademik .....	17
1.4.4. Obyek Penelitian .....	17
Bab 2 Kerangka Teori .....	18
2.1. Teori Pendukung .....	18
2.1.1. Definisi Kualitas Layanan.....	18
2.1.2. Definisi Service atau Jasa.....	20
2.1.3. Definisi Keputusan Pembelian Konsumen.....	20
2.1.4. Proses Keputusan Pembelian .....	26
2.1.5. Definisi Kafe .....	28

2.2.	Hasil Penelitian Terdahulu .....	28
2.3.	Hipotesis .....	29
Bab 3 Metode Penelitian .....		31
3.1.	Jenis Penelitian .....	31
3.2.	Metode Penelitian .....	31
3.3.	Model Penelitian.....	32
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	33
3.5.	Populasi dan Sampel.....	35
3.5.1.	Populasi .....	35
3.5.2.	Sampel.....	35
3.6.	Teknik Pengambilan Data .....	36
3.6.1.	Observasi.....	36
3.6.2.	Wawancara terstruktur .....	36
3.6.3.	Kuestioner .....	36
3.7.	Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1.	Uji Korelasi .....	37
3.7.2.	Uji Reliabilitas .....	38
Bab 4 Objek Penelitian.....		42
4.1.	Profil Perusahaan Zero Hour Coffee .....	42
4.1.1.	Logo Perusahaan .....	42

4.1.2.	Sejarah Singkat Zero Hour Coffee .....	42
4.1.3.	Sejarah Singkat Cabang Zero Hour Coffee jalan Pager Gunung ....	43
4.1.4.	Konsumen .....	44
4.2.	Struktur organisasi Zero Hour Coffee cabang Pager Gunung.....	45
4.3.	Produk Zero Hour Coffee Pager Gunung.....	47
<b>Bab 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>52</b>
5.1.	Hasil Penelitian.....	52
5.1.1.	Gambaran Umum.....	52
5.1.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
5.1.3.	Analisis Deskriptif .....	59
5.1.4.	Analisis Verifikatif.....	100
<b>Bab 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>107</b>
6.1.	Kesimpulan.....	107
6.2.	Saran .....	108

Tabel 1.1 Grafik <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	14
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	33
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Skala Likert .....	37
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden .....	53
Tabel 5.2 Usia Responden.....	53
Tabel 5.3 Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 5.4 Frekuensi Berkunjung Responden .....	55
Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 5.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 5.7 Pedoman Kategorisasi Rata – Rata Skor Tanggapan Responden .....	59
Tabel 5.8 Zero Hour Coffee Memiliki Dekorasi Ruangan Menarik.....	60
Tabel 5.9 Zero Hour Coffee Memiliki Suasana Ruangan Yang Nyaman.....	61
Tabel 5.10 Zero Hour Coffee Memiliki Kebersihan Ruangan Terjaga .....	62
Tabel 5.11 Zero Hour Coffee Memiliki Kebersihan Perabot Terjaga .....	62
Tabel 5.12 Zero Hour Coffee Memiliki Kebersihan Peralatan Terjaga.....	63
Tabel 5.13 Zero Hour Coffee Memiliki Penampilan Pegawai Rapih dan Bersih .	64
Tabel 5.14 Zero Hour Coffee Memiliki Ruangan Tertata dengan Rapih .....	65
Tabel 5.15 Pegawai Zero Hour Coffee Mampu Mengolah Pesanan Sesuai Menu	66
Tabel 5.16 Zero Hour Coffee Cepat dalam Memproses Menu .....	66
Tabel 5.17 Menu Zero Hour Coffee yang Dipesan Tidak Pernah Kehabisan Stok .....	67
Tabel 5.18 Terjadi Salah Pesanan .....	68

Tabel 5.19 Pegawai Zero Hour Coffee Segera Membersihkan Meja yang Kotor	69
Tabel 5.20 Pegawai Zero Hour Coffee Cepat dalam Menyelesaikan Keluhan Konsumen .....	69
Tabel 5.21 Menu yang Dipesan Tidak Lama .....	70
Tabel 5.22 Pegawai Zero Hour Coffee Cepat Datang Ketika Dipanggil.....	71
Tabel 5.23 Pegawai Zero Hour Coffee Memberikan Salam Ketika Konsumen Tiba .....	72
Tabel 5.24 Pegawai Zero Hour Coffee Memberikan Salam Ketika Konsumen Pergi .....	73
Tabel 5.25 Pegawai Zero Hour Coffee Mempunyai Pengetahuan yang Tinggi Terhadap Produk yang Disajikan .....	73
Tabel 5.26 Zero Hour Coffee Tidak Menggunakan Zat – Zat Kimia yang Berbahaya.....	74
Tabel 5.27 Produk yang Dalam Menu Zero Hour Coffee Selalu Tersedia.....	75
Tabel 5.28 Transaksi Dapat Dilakukan dengan Cepat .....	76
Tabel 5.29 Pegawai Zero Hour Coffee Memberikan Interaksi Lebih.....	76
Tabel 5.30 Pegawai Zero Hour Coffee Mendengarkan apa yang Diinginkan Konsumen .....	77
Tabel 5.31 Pegawai Zero Hour Coffee Memberikan Kursi Jika Kurang.....	78
Tabel 5.32 Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Indikator <i>Tangibles</i> ....	79
Tabel 5.33 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Reliability</i> ..	81
Tabel 5.34 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Responsiveness</i> .....	83

Tabel 5.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Assurance</i> ..	86
Tabel 5.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Indikator <i>Empathy</i> ....	87
Tabel 5.37 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi.....	89
Tabel 5.38 Konsumen Membutuhkan Makanan dan Minuman Di Luar Tempat Tinggalnya.....	93
Tabel 5.39 Konsumen Terlebih Dahulu Mencari Informasi Tentang Kafe – Kafe yang ada Di Kota Bandung .....	94
Tabel 5.40 Konsumen Membandingkan Kafe Zero Hour Coffee dengan Kafe yang Lainnya.....	95
Tabel 5.41 Konsumen Memutuskan makan dan Minuma Di Kafe Zero Hour Coffee Setelah Membandingkan dengan Kafe Sejenis .....	96
Tabel 5.42 Konsumen Memutuskan Untuk Datang Kembali Ke Kafe Zero Hour Coffee.....	96
Tabel 5.43 Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian .	97
Tabel 5.44 Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov Smirnov</i> ).....	100
Tabel 5.45 Hasil Estimasi Persamaan Regresi .....	101
Tabel 5.46 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	103
Tabel 5.47 Koefisien Korelasi.....	103
Tabel 5.48 Koefisien Determinasi.....	104
Tabel 5.49 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	105

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan.....	26
Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....	42
Gambar 5.1 Garis Kontinum <i>Tangibles</i> .....	80
Gambar 5.2 Garis Kontinum <i>Reliability</i> .....	82
Gambar 5.3 Garis Kontinum <i>Responsiveness</i> .....	84
Gambar 5.4 Garis Kontinum <i>Assurance</i> .....	86
Gambar 5.5 Garis Kontinum <i>Empathy</i> .....	88
Gambar 5.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan .....	92
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian .....	98

Grafik 5.1. Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Grafik 5.2 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	54
Grafik 5.3 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Grafik 5.4 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Berkunjung dalal 1 Minggu .....	56
Grafik 5.5 Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	106

## **Kata Pengantar**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan penulis berkat terhadap penyelesaian penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung”.

Penulisan skripsi diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata-1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan. Penulis berupaya semaksimal mungkin untuk mnedapatkan hasil yang baik, namun penulis menyadari akan adanya kekurangan yang terdapat pada penelitian ini karena keterbatasan kemampuan penulis.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti mendapat banyak dukungan, khususnya dari kedua orang tua penulis dan dosen pembimbing Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M. yang membantu segala hambatan yang terjadi selama proses penulisan. Penulis ingin mengucapkan terima ksasih kepada mereka yang mendukung penulisan skripsi ini.

Semoga pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi pembaca maupun perusahaan yang diteliti.

Dalam Kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, motivasi maupun didikan yang diberikan kepada penulis selama ini, antara lain kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.si selaku ketua jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Unpar.
2. Seluruh dosen di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis beserta staf dari Fisip Unpar
3. Kepada anak – anak Kaum Cendikiawan Andreas, Ara, Pierre, Utuy, Ambon, Ovi, Juju, Perin, Retha dan Caca
4. Kepada SAINTROPIC or Friend Mentor ( Marco a.k.a the smarter guy I met and Pierre a.k.a the chillest guy I known and Berta pacarnya pierre yang sans dan terakhir buat Shinta Sembiring kalo kita ketemu lagi dan sama – sama jomblo kita nikah aja)
5. Kepada Geng kaum pencari liburan dan jati diri dan galau dan soju dan pencari kesenangan (Fajar, Ara, Omar, Helmi, Bonita, Upa, Ovi, Dilla terutama Sagiting)
6. Kepada Perusahaan Zero Hour Coffee beserta teman (Ko Iwe, Ko John, Ci Mendy, Ci Elsa, Ci Lanna, Grady a.k.a Om Broto, Eja a.k.a Om Bambang, Caciang a.k.a Om kim kim, Tonces a.k.a Tonces, Kuncung, Made, Firman, Bo, C a.k.a babiyakult dan Cyndi.
7. Kepada Devi dan Gorbi, kalian mantap banget dah.
8. Kepada Geng Anak Riau ( Siapa aja yang di Bandung)
9. Kepada keluarga FISIP terutama anak – anak jurusan Administrasi Bisnis
10. Kepada Perusahaan Lenovo yang telah membuat laptop bagus yaitu Thinkpad E330
11. Kepada Microsoft dan Windows terutama Bill Gates.

12. Kepada perusahaan rokok Marlboro dan Lucky Strike, kalian menemaniku ketika sidang H-1.
13. Kepada Perusahaan Beer Bintang, kalian bikin saya terinspirasi
14. Kepada Kygo, Led Zeppelin, Jamie XX, Slipknot, Linkin Park, Limp Bizkit, RHCP, Honne, Prep, Shura, Flume, Disclosure, Kimokal, Cigarettes after sex and many more. Lagu kalian menemaniku ketika sedang mengetik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kepada semua pihak diharapkan saran dan kritik tentang skripsi ini.

Bandung, 31 Juli 2017

Roland Octoviano

# Bab 1

## Pendahuluan

### 1.1. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan salah satu kota wisata yang ada di Indonesia. Terdapat beragam objek wisata dari kuliner, *art-space*, jasa travel, alam dan lain-lainnya. Saat ini yang berkembang pesat di Kota Bandung adalah bisnis kuliner salah satunya kafe atau *coffee shop*. Pada dasarnya, kafe menjual makan dan minuman untuk memenuhi kebutuhan orang yang berkunjung ke kafe tersebut. Dengan berkembangnya bisnis kafe di kota Bandung merupakan hal yang cukup menarik untuk dilakukan penelitian. Perkembangan bisnis inilah yang membuat masing – masing kafe ini bersaing dalam menunjukkan konsep, fasilitas, pelayanan, harga dan kelebihan lain – lain untuk menarik konsumen dalam meningkatkan penjualan.

Di kota Bandung orang datang atau berkunjung ke kafe untuk menghabiskan waktu dalam bersantai dan bersosialisasi antar pelanggan atau rekan dan menghabiskan waktunya yang di iringi berupa makanan dan minuman yang sederhana. Rata - rata pasaran orang yang datang ke kafe di Bandung adalah mahasiswa, pelajar, eksekutif muda dan remaja-dewasa. Sebagian masyarakat tersebut menikmati makan dan minum, ataupun mengerjakan tugasnya. Mahasiswa yang berkunjung pun mencari fasilitas sesuai kebutuhannya masing-masing, seperti *wi fi* dan juga tempat yang nyaman. *Wi fi* pun menjadi salah pendorong masyarakat untuk datang ke sebuah kafe.

Terdapat banyak kafe terkenal di Bandung diantaranya adalah *General.co*, *Blue Doors*, *88 Coffee*, *Coffee Cult*, *Mimiti Coffee*, *Jack Runner*. Masing – masing dari café tersebut memberikan kualitas dan pelayanannya sendiri. Seperti konsep dan tema yang unik sehingga memikat perhatian masyarakat terutama kalangan remaja. Menurut Asosiasi Kafe Dan Restoran Bandung (AKAR), menyatakan bahwa sudah ada 3000 kafe di Bandung tetapi hanya 627 kafe yang dinyatakan sudah memiliki izin pada tahun 2013. Di Jakarta, setidaknya ada lebih dari 300 café yang beroperasi. Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha Kafe Restoran Indonesia (Apkrindo), jumlah kafe dan restoran di Surabaya pun tumbuh pesat sebesar 15-20% pada tahun 2012, dan akan terus meningkat. Begitu juga dengan café-café yang ada di kota-kota besar lainnya seperti Bandung, Makassar, Yogyakarta, dan Denpasar.. Semua ini menandakan bahwa bisnis ini cukup diandalkan dan menjanjikan.

Zero Hour Coffee merupakan salah satu kafe yang ada di Bandung yang berpusat di Jalan Ciumbuleuit seberang Universitas Katolik Parahyangan dan telah memiliki satu cabang di Jalan Pager Gunung. Zero Hour Coffee merupakan kafe yang menggunakan konsep Coffee Shop yang berarti fokus utamanya adalah penjualan minuman kopi dan disertai juga dengan makanan dan minuman yang variatif. Penelitian ini berfokus pada cabang Zero Hour Coffee yang berada pada Jalan Pager Gunung. Pada cabang ini terdapat toko yang menyewakan buku, novel, dan komik. Hal ini berpengaruh juga terhadap mengundang orang yang datang kepada kafe Zero Hour Coffee, apakah mereka akan membeli produk tersebut atau hanya akan membaca saja. Cabang ini telah buka dari awal tahun

2017 pada bulan januari yang memiliki rata - rata pelanggan sekitar 20 – 25 orang perhari pada weekdays dan 25 – 35 orang perhari pada weekend, jam buka kafe tersebut dari Jam 09.00 sampai dengan 21.00.

Konsumen datang ke sebuah café dikarenakan oleh brandingnya, dari produk yang dijual dan ketertarikan terhadap visual konsepnya dan beberapa factor lainnya. Untuk memberikan sebuah perasaan kenyamanan kepada konsumen itu dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh kafe tersebut terhadap pelanggannya. Faktor dari kualitas pelayanan tersebut berupa fisik seperti kerahaman pegawai, kenyamanan interior, konsep dari sebuah kafe, makanan dan minuman yang enak, dikarenakan hal yang diteliti adalah Coffee Shop jadi kopi yang enak termasuk hal yang menentukan kenyamanan konsumen yang dirasakan.

Kualitas layanan konsumen digunakan untuk mencari tahu apa yang selama ini berpengaruh kepada konsumen. Dengan mengetahui apa pengaruh tersebut, Zero Hour Coffee bisa meningkatkan kinerjanya atau mengurangi apa yang tidak diminati konsumen dalam hal kualitas layanan konsumen. Berikut adalah tabel hasil pertanyaan apa yang berpengaruh pada konsumen.

**Tabel 1.1**  
**Alasan Pelanggan Datang Ke Kafe Zero Hour Coffee Cabang Jalan Pager Gunung**

No	Pertanyaan	Jumlah
1	Makanan yang enak	3
2	Minuman yang enak	2
3	Kopi yang enak	3
4	Konsep kafe yang bagus	6
5	Pelayanan kafe yang ramah	7
6	Interior kafe yang nyaman	9

	Total	30
--	-------	----

Tabel ini membuktikan bahwa orang – orang datang ke Kafe Zero Hour Coffee dikarenakan Zero Hour Coffee mempunyai interior kafe yang sangat nyaman. Dapat disimpulkan bahwa interior kafe yang ada di Zero Hour Coffee cukup berpengaruh terhadap kualitas layanan konsumen. Dengan meningkatkan atau menambahkan interior kafe bisa mengundang lagi orang – orang untuk datang ke kafe Zero Hour Coffee.

Dalam mengetahui kualitas layanan apa saja yang dirasakan konsumen, hal itu akan berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu keputusan seseorang yang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Setiap orang mempunyai berbagai alasan ketika dia memilih terhadap suatu barang atau produk, hal tersebut bisa dipengaruhi oleh harga, kualitas barang dan juga kualitas layanan yang telah diberikan.

Dalam kualitas layanan konsumen yang ada di Kafe Zero Hour Coffee, kita akan melihat bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam keputusan pembelian konsumen terdapat juga tahapan prosesnya yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternative, keputusan membeli dan perilaku setelah membeli. Oleh karena itu judul penelitian ini diberi nama pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap keputusan pembelian

konsumen di kafe Zero Hour Coffee jalan Pager Gunung. Dengan variabelnya kualitas pelayanan konsumen dan keputusan pembelian konsumen. Kedua variabel ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Zero Hour Coffee. Dari hasil penelitian ini kita bisa mengetahui apa yang harus diperbaiki pada kafe yang diteliti tersebut.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Masalah – masalah yang berdasarkan dari Latar Belakang tersebut adalah :

“Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe Zero Hour Coffee cabang jalan Pager Gunung ?”

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka tujuannya adalah :

Untuk mengukur dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen di kafe zero hour coffee dipatiukur.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Pembaca**

Untuk menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan para pembaca terutama pada bidang pemasaran dengan variabel kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsumen

#### **1.4.2. Perusahaan**

Untuk meningkatkan kinerja dan mempertambah kekurangan yang pada perusahaan. Dengan hasil penelitian, perusahaan bisa melihat hal – hal apa yang membuat diperusahaannya tidak efektif.

#### **1.4.3. Akademik**

Hasil dari penelitian bisa digunakan kepada para penelitian selanjutnya dalam hal pemasaran yang berkaitan dengan kualitas layanan dan keputusan pembelian konsumen.

#### **1.4.4. Obyek Penelitian**

Perusahaan yang akan diteliti adalah kafe Zero Hour Coffee yang telah berdiri sejak 2015. Kafe yang pertama terletak di Jalan Ciumbuleuit seberang kampus Universitas Katolik Parahyangan. Pada tahun ini yaitu 2017, Zero Hour Coffee membuat cabang baru yang berada di daerah Dipatiukur terletak pada Jalan Pager Gunung nomor 2. Karena kafe tersebut berdiri di awal tahun yaitu bulan Januari, mereka ingin memaksimalkan penjualannya.