



**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 Pelayanan terhadap Keputusan  
Pembelian di Cafe Dago D'pakar Bandung**

Skripsi

Oleh

Adrian Litani

2013320138

Bandung

2018



**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 Pelayanan terhadap Keputusan  
Pembelian di Cafe Dago D'pakar Bandung**

Skripsi

Oleh

Adrian Litani

2013320138

Pembimbing

James Rianto Situmorang, DRS., M.M.

Bandung

2018



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Adrian Litani  
Nomor Pokok : 2013320138  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian  
di Cafe Dago D'Pakar Bandung

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 6 Agustus 2018  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Fransiska Anita Subari, S.S, M.M.

**Sekretaris**  
James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

**Anggota**  
Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si.



## Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adrian Litani

NPM : 2013320138

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Dago D'Pakar Bandung

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 yang lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah yang berlaku.

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

Bandung, 06 Agustus 2018



Adrian Litani

## ABSTRAK

Nama : Adrian Litani  
NPM : 2013320138  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Dago D'Pakar Bandung

---

Cafe Dago D'Pakar Bandung tidak hanya menawarkan makanan tetapi juga pemandangan Dago, yang terkenal dengan pemandangan alamnya yang indah. Untuk menikmati atmosfer, konsumen harus mengharapkan layanan prima karena itu menarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas layanan dan keputusan pembelian. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Dago D'Pakar Bandung. Model penelitian dibangun dari teori kualitas layanan dan keputusan pembelian.

Jenis penelitian adalah analisis asosiatif. Metode pengumpulan data adalah survei dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara. Data disajikan secara deskriptif untuk mengetahui tingkat kualitas layanan dan keputusan pembelian menurut konsumen. Untuk mengukur korelasi, data dianalisis menggunakan metode kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lima dimensi Kualitas Layanan yaitu Tangibles, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati di Cafe Dago D'Pakar Bandung telah berjalan dengan baik dan keputusan pembelian berada dalam kategori yang baik.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara Kualitas Layanan dengan kualitas layanan 66,3% pada keputusan pembelian. Dimensi yang berwujud memiliki rata-rata tertinggi diikuti oleh jaminan, empati, responsif, dan keandalan yang membuat Keputusan Pembelian meningkat.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Café, Kualitas Layanan

## **ABSTRACT**

*Name* : Adrian Litani  
*NPM* : 2013320138  
*Title* : *The Effect of Service Quality on Buying Decision at Cafe Dago D'Pakar Bandung*

---

*Cafe Dago D'Pakar Bandung is not only offers meals but also the view of Dago, which is famous with its beautiful natural scenery. To enjoy the atmosphere, consumers must expect excellent service therefore it is interesting to conduct a research on service quality and buying decision. Furthermore, this study aims to determine the effect of Service Quality on Buying Decision at Cafe Dago D'Pakar Bandung. Research model is built from theories on service quality and buying decision.*

*Type of research is associative analysis. Data Collecting method is survey by distributing questionnaires and conducting interview. The data were presented descriptively to figure out the level of service quality and buying decision according to the consumers. To measure the correlation, the data were analyzed using quantitative method.*

*The results shows that the five dimensions of Quality of Service namely Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy in Cafe Dago D'Pakar Bandung have gone well and the buying decision is within good categories.*

*The test results show that there is significant correlation of Service Quality to where service quality 66.3% on purchase decision. Tangible dimension has the highest average followed by assurance, empathy, responsiveness, and reliability that make the Purchase Decision increase.*

*Keywords: Buying Decision, Café, Service Quality*

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya maka penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah berupa skripsi sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata 1 Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari hambatan dan kesulitan, namun berkat bimbingan, bantuan, nasihat dan saran serta kerjasama dari berbagai pihak, segala hambatan tersebut akhirnya dapat diatasi dengan baik.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, memberi dukungan, masukan serta saran dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, M.Si., selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
2. Bapak James R. Situmorang, Drs., MM., selaku dosen pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen yang telah membantu penulis dalam proses belajar selama di perkuliahan.
4. Papa dan Mama yang memberikan semangat dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Veren Adela Wijaya yang selalu memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Gilang dan Ramadan selaku teman penulis yang membantu memberikan info penelitian dalam skripsi ini.
7. Malvin dan Alex selaku teman seperjuangan penulis yang memiliki tujuan yang sama dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun aspek kuantitas dari materi yang disajikan. Semua ini didasarkan dari keterbatasan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat berguna dalam rangka menambah wawasan serta pengetahuan bagi siapa pun yang membacanya. Sebelumnya penulis mohon maaf bila terdapat kesalahan kata- kata yang kurang berkenan.

Bandung, 6 Agustus 2018

Adrian Litani

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pemasaran .....	8
2.2 Pemasaran Jasa .....	10
2.2.1. Pengertian Jasa .....	10
2.2.2 Karakteristik Jasa .....	11
2.2.3 Klasifikasi Jasa .....	12
2.3 Kualitas Pelayanan .....	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	16
2.3.2 Kesenjangan dan Persepsi Dalam Kualitas Pelayanan .....	16
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan .....	17
2.4 Keputusan pembelian .....	21
2.4.1. Pengertian Keputusan pembelian Konsumen .....	21
2.4.2. Tipe Perilaku Pembelian Konsumen .....	22
2.4.3. Peranan Dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen .....	22
2.4.4. Indikator Keputusan pembelian .....	23
2.5. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	23
2.6 Hipotesis .....	25

BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	27
3.1. Metode Penelitian .....	27
3.2. Jenis penelitian.....	28
3.3. Model Penelitian .....	28
3.4. Variabel Penelitian.....	29
3.4.1. Variabel Independen .....	29
3.4.2. Variabel Dependen .....	30
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5.1. Populasi dan Sampel.....	30
3.6. Operasionalisasi Variabel .....	31
3.7. Teknik Pengukuran Variabel .....	35
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
3.8.1 Uji Validitas .....	35
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	36
3.9 Teknik Analisis Data.....	36
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.9.2 Regresi Sederhana.....	37
3.9.3 Pengujian Hipotesis .....	37
3.9.4 Uji Koefisien Korelasi .....	38
3.9.5 Uji Koefisien Determinasi .....	39
3.10 Uji Hipotesis .....	40
3.11 Objek Penelitian.....	41
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	42
4.1 Deskripsi Dago D’Pakar Bandung.....	42
4.2. Profil Perusahaan .....	43
4.3. Struktur Organisasi .....	45
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	46
5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	46
5.1.1 Uji Validitas .....	47
5.2 Identitas Responden .....	49

5.3 Tanggapan Responden .....	51
5.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas layanan .....	53
5.3.2 Estimasi Regresi Linier Sederhana .....	96
5.4 Koefisien Korelasi .....	97
5.5 Koefisien Determinasi .....	98
5.5.1 Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	99
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	102
6.1. Kesimpulan .....	102
6.1.1. Perhitungan Statistik .....	102
6.1.2. Analisis Deskriptif .....	103
6.1.2.1. Kontinum Variabel.....	103
6.1.2.2. Tanggapan responden .....	103
6.2 Saran .....	105
DAFTAR PUSTAKA .....	107
LAMPIRAN .....	109

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Pesaing Cafe D’Pakar Bandung.....	3
Tabel 1.2	Data Pendapatan Cafe D’Pakar Bandung pada tahun 2017 .....	4
Tabel 1.3	Alasan Utama Yang Membuat Konsumen Datang Ke Cafe D’Pakar Bandung .....	5
Tabel 2.1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1	Model Penelitian.....	28
Tabel 3.2	Operasional Variabel Kualitas Layanan.....	33
Tabel 3.3	Operasional Variabel Keputusan pembelian .....	34
Tabel 3.4	Skala Likert .....	35
Tabel 3.5	Tingkat Keeratan Hubungan .....	39
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas .....	47
Tabel 5.2	Rekap Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	48
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	50
Tabel 5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Penghasilan Anda Per Bulan .....	51
Tabel 5.7	<i>Kategorisasi Rata-Rata Skor Tanggapan Responden</i> .....	52
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Dago D’Pakar Bandung memiliki desain dan interior ruangan yang menarik.....	53
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Kelengkapan peralatan makan di Dago D’Pakar Bandung selalu tersedia di meja .....	54
Tabel 5.10	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Karyawan yang ada mampu melayani dengan baik di Dago D’Pakar Bandung .....	55
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Jumlah karyawan yang ada di Dago D’Pakar Bandung banyak .....	56
Tabel 5.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Tangible.....	57
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Menu yang di sajikan Dago D’Pakar Bandung membuat anda tertarik .....	59

Tabel 5.14	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Penyajian makanan yang di sajikan oleh Dago D’Pakar Bandung menarik .....	60
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Karyawan mampu menjelaskan menu yang ada.....	61
Tabel 5.16	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Makanan yang anda pesan sesuai dengan pesanan.....	62
Tabel 5.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Reliability .....	63
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Karyawan Dago D’Pakar Bandung selalu menyapa dengan ramah saat konsumen datang.....	65
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Anda selalu datang ke Dago D’Pakar Bandung saat ingin menghabiskan waktu luang ....	66
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Karyawan cepat menanggapi setiap pesanan .....	67
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pelayan selalu dekat pelanggan agar selalu sigap / siap sedia .....	68
Tabel 5.22	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Responsiveness ..	69
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Bahan baku yang disediakan higienis .....	71
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Konsumen dapat menukar pesanan yang tidak sesuai .....	72
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Jika penuh pegawai mencarikan tempat duduk bagi konsumen .....	73
Tabel 5.26	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Assurance .....	74
Tabel 5.27	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pelayan selalu menyapa setiap pelanggan yang baru datang.....	76
Tabel 5.28	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Pelayan di Dago D’Pakar Bandung memiliki kepekaan dan bersedia membersihkan meja .....	77
Tabel 5.29	Tanggapan Responden Pada Pernyataan Tempat Dago D’Pakar Bandung mudah untuk diakses.....	79
Tabel 5.30	Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Empathy.....	80
Tabel 5.31	Nilai Total Kualitas Layanan .....	82

Tabel 5. 32 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi .....	83
Tabel 5. 33 Tanggapan Responden Pada Anda memilih makan di Dago D’Pakar karena sesuai dengan keinginan anda .....	86
Tabel 5. 34Tanggapan Responden Pada Pernyataan Anda sudah mencari informasi sebelumnya tentang restoran sejenis dengan Dago D’Pakar.....	87
Tabel 5.35 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Anda membandingkan Dago D’pakar dengan restoran sejenis.....	88
Tabel 5.36 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas layanan Diurutkan Berdasarkan Skor Tertinggi.....	91
Tabel 5.37 Hasil Uji Normalitas .....	93
Tabel 5 38 Estimasi Regresi Linier Sederhana Antara Kualitas layanan Terhadap Keputusan pembelian .....	97
Tabel 5.39 Korelasi Antara Kualitas layanan dengan Keputusan pembelian .....	98
Tabel 5.40 Koefisien Determinasi.....	99
Tabel 5.41 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	100

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Skema Paradigma Penelitian .....	26
Gambar 3.1	Model Peneltian .....	28
Gambar 4.1	Dekorasi Outdoor Dago D’Pakar Bandung .....	43
Gambar 4.2	Bangunan Dago D’Pakar Bandung.....	44
Gambar 4.3	Menu Makanan Dago D’Pakar Bandung.....	44
Gambar 4.4	Struktur Organisasi Dago D’Pakar Bandung.....	45
Gambar 5.1	Garis Kontinum Dimensi Tangible.....	59
Gambar 5.2	Garis Kontinum Dimensi Reliability .....	65
Gambar 5.3	Garis Kontinum Dimensi Responsiveness.....	71
Gambar 5.4	Garis Kontinum Dimensi Assurance .....	76
Gambar 5.5	Garis Kontinum Dimensi Empathy.....	81
Gambar 5.6	Garis Kontinum Variabel Kualitas Layanan .....	83
Gambar 5.7	Grafik Normal Probability Plot.....	94
Gambar 5.8	Uji Heteroskedastisitas .....	96
Gambar 5.9	Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Kualitas layanan Terhadap Keputusan pembelian .....	101

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Lingkungan bisnis dewasa ini berkembang dengan sangat cepat, dan diperlukan adanya sistem manajemen yang efektif dan efisien yang dapat menyesuaikan diri dengan perubahan, baik yang sedang dan telah terjadi dengan cepat, tepat, dan terarah serta biaya yang murah. Dalam perkembangannya, kelangsungan hidup dan pertumbuhan dari suatu bisnis tidak hanya ditentukan dari pengelolaan uang, namun juga ditentukan bagaimana suatu bisnis tersebut sanggup memenuhi apa yang diinginkan konsumen, karena permintaan konsumen beraneka ragam dan berubah ubah.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha dibidang jasa, salah satunya adalah bagaimana mereka dapat menarik konsumen dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan selama tamu atau calon konsumen berada di perusahaan untuk mencari informasi ataupun pelanggan yang sudah menggunakan jasa tersebut.

Salah satu usaha yang sedang berkembang pesat saat ini adalah usaha bidang kuliner yang semakin hari semakin banyak cafe atau restoran baru di Kota Bandung. Disini para pelaku usaha bidang kuliner dituntut untuk memiliki nilai yang lebih terhadap konsumen agar dapat tetap bersaing di pasaran. Kebutuhan makanan tentu menempati urutan teratas dalam pemenuhan kebutuhan manusia, sehingga makanan menjadi kebutuhan primer atau sehari-hari yang manusia butuhkan. Maka dari itu banyak orang berpikiran untuk membuka usaha di bidang makanan.

Sejalan dengan perkembangan konsep cafe dan resto yang semakin modern telah timbul karakter baru dibenak konsumen dimana menjadi semakin selektif dan kritis dalam menentukan pilihan pembelian, bukan hanya dari segi rasa dan kualitas makanan namun nuansa tempat, fasilitas atau hiburan yang akan didapat dari sebuah cafe dan resto. Selain itu perkembangan media sosial seperti facebook, twitter, instagram, path dan lain-lain juga menjadi alasan konsumen lebih selektif dalam memilih tempat makan yang memiliki konsep yang unik karena konsumen bukan hanya ingin memuaskan kebutuhan pokoknya (makan) saja, tetapi pada umumnya masyarakat gemar mengabadikan momen makan ditempat yang unik dan menarik kemudian mengunggahnya ke media sosial masing-masing hal ini menjadi kepuasan tersendiri bagi para pengguna media sosial tersebut.

Salah satu *cafe* atau resto yang cukup menarik dan berada di Kota Bandung adalah Cafe D'Pakar yang berada tepat di daerah Dago Pakar Bandung. Cafe d'pakar ini salah satu cafe yang menghadirkan suasana yang unik dengan nuansa

alamnya yang sangat kental. Selain menyajikan pemandangan yang indah cafe ini juga sangat sejuk, di sekeliling cafe ini juga terdapat kebun dan taman hijau yang ditumbuhi beberapa tanaman yang unik dan berwarna-warnai, hingga air di toiletnya yang dingin layaknya di pegunungan. Namun dari keunggulan yang dimiliki oleh Cafe D’Pakar tersebut terdapat beberapa pesaing yang ada di kawasan Dago Pakar tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pesaing Cafe D’Pakar Bandung**

Nama Cafe/Resto	Alamat
Burgundy Cafe	Jl. Raya Timur Dago No. 163 Dago Pakar
The Valley	Jl. Lembah Pakar Timur No. 28 Dago Pakar
Armor Kopi	Jl. Ir. H. Djuanda Taman Hutan Raya
The Stone Cafe	Jl. Raya Ranca Kendal Luhur No. 5 Dago Atas
Sierra Cafe & Lounge	Jl. Bukit Pakar No. 33
Day & Nite Eatery and Grocery at Pramestha	Jl. Akaza Utama No. 9 Pramestha Resort Town
Lisung Cafe	Jl. Bukit Pakar Timur
Congo Gallery & Cafe	Kpg. Rancakendal 8 Dago Pakar
Lawangwangi Creative Space	Jl. Dago Giri No. 99 A, Mekarwangi
Rumah Miring	Jl. Dago Giri No. 119

**Sumber : Peneliti (2018)**

Dari daftar tabel 1.1. tersebut dapat dilihat bahwa konsep yang dimiliki oleh setiap Cafe/Resto tidak berbeda jauh dengan konsep yang dihadirkan oleh Cafe D’Pakar Bandung. Maka dari itu pihak Cafe harus lebih memiliki nilai jual yang lebih untuk konsumen tetap memprioritaskan cafe d’pakar menjadi destinasi

utama mereka untuk menikmati wisata kuliner. Dengan semakin banyaknya pesaing yang ada maka berdampak pada tingkat pendapatan yang didapat oleh pihak cafe. Berikut data pendapatan dari Cafe D’Pakar Bandung dari bulan Januari – Desember 2017.

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan Cafe D’Pakar Bandung pada tahun 2017**

<b>Bulan</b>	<b>Omset (Rp)</b>
Januari	78.560.000
Februari	71.570.500
Maret	81.724.400
April	90.611.500
Mei	85.517.000
Juni	81.560.700
Juli	83.354.300
Agustus	84.260.700
September	79.612.400
Oktober	82.253.200
November	78.432.600
Desember	83.916.000

**Sumber : Data Pendapatan Cafe D’Pakar Bandung (2018)**

Dari tabel 1.2. data pendapatan diatas bisa dilihat bahwa terjadi pendapatan yang konsisten pada Cafe D’Pakar Bandung. Pendapatan yang diperoleh oleh Cafe D’Pakar lebih banyak didapat pada saat *weekend* dikarenakan pada saat itu pengunjung yang datang tidak hanya dari pengunjung domestik, tetapi banyak juga dari pengunjung yang berasal dari luar kota untuk menikmati suasana keindahan alam dari Cafe D’Pakar Bandung.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu pertimbangan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian karena dalam hal ini jika mutu pelayanan baik dan sesuai dengan harapannya. Pelayanan yang ramah, ketepatan waktu dan penyampaian informasi dengan jelas dan tepat. Maka dari itu setiap restoran atau café harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat dalam bersaing dengan pesaing lainnya serta mempertahankan kualitas yang telah diberikan kepada konsumen. Salah satu strateginya adalah bagaimana caranya supaya mempertahankan atau meningkatkan konsumen agar menjadi pelanggan tetap dan masih memutuskan untuk menikmati produk dan jasa yang ditawarkan.

**Tabel 1.3**  
**Alasan Utama Yang Membuat Konsumen Datang Ke Cafe D’Pakar Bandung**

<b>Rangking</b>	<b>Alasan Utama</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1.	Suasana yang dihadirkan Cafe D’Pakar membuat konsumen tertarik	28	56%
2.	Menu makanan yang disediakan Cafe D’Pakar bervariasi	12	24%
3.	Karyawan yang ada bersikap ramah terhadap konsumen	6	12%
4.	Karyawan menanggapi setiap pesanan konsumen dengan cepat tanggap	4	8%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Kuisisioner (2018)

Dari data hasil kuisioner awal di atas, diketahui bahwa alasan utama di ataslah yang dominan menjadi alasan pengunjung datang yaitu suasana yang dihadirkan oleh Cafe Dago D’Pakar Bandung membuat konsumen tertarik

Kualitas Pelayanan merupakan suatu hal yang penting untuk menjadi perhatian dalam suatu bisnis kuliner. Cafe D’Pakar sudah cukup menyajikan kualitas pelayanan yang maksimal dengan menyediakan tempat yang nyaman bagi konsumen, menyediakan menu makanan yang menarik, serta pelayanan dari karyawan yang cukup ramah untuk dapat menarik minat konsumen untuk mengunjungi tempat ini.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe D’Pakar Bandung.**”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Penelitian mengarah pada permasalahan yang diteliti, perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Penulis mengajukan perumusan:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Cafe D’Pakar Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur dan mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe D'Pakar Bandung

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- Bagi penulis  
Membantu menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pemasaran pada umumnya dan tingkat kepuasan konsumen pada khususnya.
- Bagi perusahaan  
Diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang berguna untuk bagi pihak cafe terutama masalah kualitas pelayanan, sehingga pihak cafe dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian konsumen menjadi lebih baik dari sebelumnya.
- Bagi pihak lain  
Diharapkan dapat memberikan masukan dan perbandingan dalam melakukan penelitian-penelitian, terutama sehubungan dengan bidang kualitas layanan dan keputusan pembelian konsumen dalam melakukan penelitian.