



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 Loyalitas
Konsumen *O'Rock Eatery and Coffee* Bandung**

Skripsi

Oleh

Michael Hans Abraham Suherman

2015320125

Bandung

2019



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 Loyalitas
Konsumen di *O’Rock Eatery and Coffee* Bandung**

Skripsi

Oleh

Michael Hans Abraham Suherman

2015320125

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

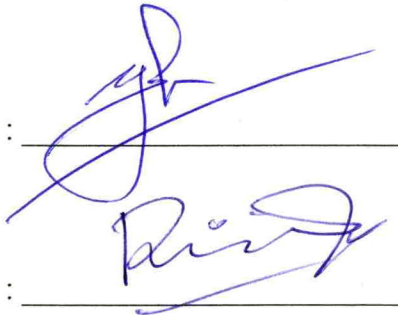
Nama : Michael Hans Abraham Suherman
Nomor Pokok : 2015320125
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen *O'Rock Eatery and Coffee Bandung*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 6 Agustus 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

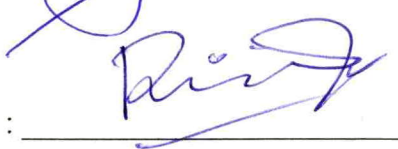
Ketua sidang merangkap anggota

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

: 

Sekretaris

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: 

Anggota

Angela Caroline, S.AB., M.M.

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Michael Hans Abraham Suherman

NPM : 2015320125

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Konsumen *O'Rock Eatery and Coffee* 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 lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan 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, 23 Juli 2019



Michael Hans Abraham Suherman

ABSTRACT

Name : Michael Hans Abraham Suherman
NPM : 2015320125
Title : The Influence of Service Quality on Customer Loyalty at O'Rock Eatery and Coffee

The growth of the culinary in Indonesia has led to an increase in the number of entrepreneurs in the culinary industry, especially cafés. This causes the market segmentation of the culinary industry to become increasing widespreadly. The city of Bandung as the capital of West Java Province is one of the favorite tourist destinations in Indonesia, especially in the culinary industry.

The increase of the culinary industry in Bandung has raised shifting patterns of consumption of food and drink whereby a person tends to be happy to consume food outside the house than at home especially workers or someone who was busy with activities outside the house. Consumers tend to be selective and looking for something practical in fulfillment of the daily needs.

Based on the research title, the purpose of this research is to find out whether there is an influence of the quality of service for customer loyalty in O'rock eatery and coffee Bandung. The type of this research is associative with casual relationship, and the method used is a survey method. The sampling technique in this research was collected by incidental sampling techniques. The data collected through the questionnaire given to 100 respondents, and the data analysis techniques used was simple linear regression.

From the results of research that has been done, O'Rock Eatery and Coffee's service quality is included in good category. Based on the test of the coefficient determination and correlation analysis, service quality has a significant effect on customer loyalty of 57.8% with a correlation coefficient of 0.760 which is included in the strong category.

Based on the respondents rating table, there are 3 statements of service quality with the highest rank that must be maintained, and there are 3 statements with the lowest ranking that need to be noticed and corrected regarding matters related to service quality so that O'Rock Eatery and Coffee can continue to become more progress and develop.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen *O’Rock Eatery and Coffee Bandung*”, yang merupakan syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan S1 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Skripsi ini peneliti persembahkan kepada keluarga tercinta yaitu Papa, Mama, dan Kakak. Terima kasih untuk setiap dukungan dalam bentuk apapun yang tidak pernah berhenti selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena telah memberikan kemampuan, kekuatan, kesehatan, serta kelancaran untuk penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Pius Sugeng Prasetyo selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberi dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan yang telah mendukung dan memberi kelancaran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. James Rianto Situmorang, Drs., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing peneliti dengan penuh kesabaran dan menuntun peneliti hingga penelitian selesai.

5. Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST.,M.AB selaku dosen wali yang selalu memberikan dukungan, saran dan selalu mendengar keluhan kesah peneliti selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan .
6. Seluruh dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah mengajar penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
7. Bapak Hari Nada selaku pemilik O'Rock Eatery and Coffee Bandung yang telah memberikan kesempatan dan dukungan kepada peneliti untuk melakukan penelitian. Dan juga untuk segenap karyawan O'Rock Eatery and Coffee Bandung atas setiap kerjasama dan informasi yang telah diberikan.
8. Sahabat Muhammad Billy Jehan, Steven Leonardy, Levin Felix dan Blasius Danadi Wicaksana yang selalu mendengarkan keluhan kesah peneliti, memberikan perhatian dan memberikan saran selama peneliti menempuh pendidikan di UNPAR.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi Theo, Chandra, Hendry, Angel, Agoy, Gendis, Yohanes, Natly dkk yang telah banyak membantu penulis dalam mengerjakan setiap tugas kuliah.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati peneliti meminta kritik dan saran. Akhir kata, peneliti mengucapkan rasa hormat dan terimakasih bagi semua pihak atas segala dukungan beserta doa, semoga Tuhan membalas segala dukungan yang telah diberikan kepada peneliti.

Bandung, 23 Juli 2019

Michael Hans Abraham Suherman

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Obyek Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pemasaran	9
2.2 Jasa	10
2.3 Kualitas Pelayanan	11
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	11
2.3.2 Pengertian Pelayanan	12
2.3.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2.4 Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.5 Manfaat Kualitas Pelayanan	15
2.6 Loyalitas Konsumen	16

2.7 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen.....	17
2.8 Tahapan Loyalitas Konsumen.....	19
2.9 Dimensi Loyalitas Konsumen.....	21
2.10 Manfaat Loyalitas Konsumen.....	22
2.11 Siklus Pembelian.....	23
2.12 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.13 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Model Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4.1 Wawancara Terstruktur (<i>Interview</i>).....	30
3.4.2 Kuesioner.....	30
3.5 Sumber Data.....	31
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.6.1 Populasi.....	32
3.6.2 Sampel.....	32
3.7 Variabel Penelitian.....	34
3.8 Operasionalisasi Variabel.....	34
3.9 Skala Pengukuran.....	37
3.10 Teknik Analisis Data.....	38
3.10.1 Uji Validitas.....	38
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	40

3.10.4 Regresi Sederhana.....	40
3.10.5 Uji Koefisien Korelasi	41
3.10.6 Uji Koefisien Determinasi	42
3.10.7 Uji Hipotesis	43
BAB IV OBJEK PENELITIAN.....	44
4.1 Identitas Perusahaan.....	44
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.3 Struktur Organisasi.....	47
4.4 Uraian Tugas	48
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	53
5.1.1 Uji Validitas.....	54
5.1.2 Uji Reliabilitas	55
5.2 Identitas Responden.....	56
5.3 Tanggapan Responden.....	58
5.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	60
5.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen.....	95
5.4 Uji Asumsi Klasik	104
5.4.1 Uji Normalitas.....	104
5.4.2 Uji Heteroskedastisitas	106
5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen	107
5.5.1 Estimasi Regresi Linier Sederhana	108
5.5.2 Koefisien Korelasi	109
5.5.3 Koefisien Determinasi	110
5.5.4 Pengujian Hipotesis (Uji t)	110

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	113
6.1 Kesimpulan.....	113
6.1.1 Perhitungan Statistik	113
6.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	114
6.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Konsumen	116
6.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
DAFTAR LAMPIRAN.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen	19
Gambar 2.2 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	21
Gambar 2.3 Siklus Pembelian Griffin (2005)	24
Gambar 3.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Makanan dan minuman <i>O'Rock Eatery and Coffee</i>	45
Gambar 4.2 Suasana <i>O'Rock Eatery and Coffee</i>	45
Gambar 4.3 Struktur Organisasi <i>O'Rock Eatery and Coffee</i>	47
Gambar 5.1 Garis Kontinum Dimensi Reliabilitas	65
Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi Responsivitas	70
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi Jaminan	76
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi Empati.....	82
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi Bukti Fisik.....	88
Gambar 5.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	90
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel Loyalitas Konsumen.....	102
Gambar 5.8 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	106
Gambar 5.9 Uji Heteroskedastisitas	107
Gambar 5.10 Grafik Penolakan dan Penerimaan Ho Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan konsumen Mengunjungi <i>O'Rock Eatery and Coffee</i>	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....	35
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y.....	36
Tabel 3.3 Skala Kategori Tanggapan Responden	37
Tabel 3.4 Tingkat Keeratan Hubungan	42
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 5.2 Rekap Hasil Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	55
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata – Rata Pendapatan Per Bulan	58
Tabel 5.7 Kategorisasi Rata-Rata Skor Tanggapan Responden.....	59
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Mampu Menjelaskan Menu dengan Baik	61
Tabel 5.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Terampil Dalam Menyajikan Makanan dan Minuman	62
Tabel 5.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Jam Buka-Tutup <i>Café</i> Sesuai dengan Jam Operasional Setiap Harinya	63
Tabel 5.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Reliabilitas.....	64

Tabel 5.12 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Cepat Datang untuk Merespon Panggilan Konsumen	66
Tabel 5.13 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Cepat Menanggapi Keluhan Konsumen	67
Tabel 5.14 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Mengantarkan Pesanan Konsumen dengan Cepat	68
Tabel 5.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Responsivitas.....	69
Tabel 5.16 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Jaminan Pembayaran yang Cepat.....	71
Tabel 5.17 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Jaminan Metode Pembayaran dengan Banyak Pilihan	72
Tabel 5.18 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Bahan Baku Produk yang Disajikan Higienis.....	73
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Menukar Produk yang Tidak Sesuai dengan Pesanan	74
Tabel 5.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Jaminan	75
Tabel 5.21 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Menyambut Konsumen yang Datang ke <i>O'Rock Café</i>	77
Tabel 5.22 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Bersikap Ramah Kepada Konsumen	78
Tabel 5.23 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Selalu Menanyakan Kebutuhan dan Pesanan Tamu	79

Tabel 5.24 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pramusaji Bertanya	
Perihal Ada Tidaknya Kebutuhan Konsumen yang Lainnya.....	80
Tabel 5.25 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Empati	81
Tabel 5.26 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Desain Interior <i>Café</i> yang Menarik	83
Tabel 5.27 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Ruang Makan yang Nyaman	84
Tabel 5.28 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Peralatan Makan dan Minum yang Bersih.....	85
Tabel 5.29 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Karyawan Berpakaian Rapih Saat Bekerja	86
Tabel 5.30 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Dimensi Bukti Fisik.....	87
Tabel 5.31 Rekapitulasi Total Nilai Dimensi Kualitas Pelayanan.....	88
Tabel 5.32 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Nomor Urut Pada Variabel Kualitas Pelayanan	91
Tabel 5.33 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Skor Rata-Rata Tertinggi Hingga Terendah Pada Variabel Kualitas Pelayanan.....	93
Tabel 5.34 Tanggapan Responden Terhadap Anda Merasa Nyaman Dengan Pelayanan <i>O'Rock Café</i>	96
Tabel 5.35 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Anda Sering Datang ke <i>O'Rock Café</i> Untuk Makan dan Minum	97
Tabel 5.36 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Anda Memilih <i>O'Rock Café</i> Dibandingkan <i>Café</i> Lainnya.....	98

Tabel 5.37 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Anda Akan Menyampaikan Hal-Hal Positif Mengenai Jasa yang Disediakan <i>O'Rock Café</i> Kepada Orang Lain	99
Tabel 5.38 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Anda Akan Merekomendasikan <i>O'Rock Café</i> Kepada Orang Lain	100
Tabel 5.39 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	101
Tabel 5.40 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Nomor Urut Pada Variabel Loyalitas Konsumen	103
Tabel 5.41 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Berdasarkan Skor Rata-Rata Tertinggi Hingga Terendah pada Variabel Loyalitas Konsumen	103
Tabel 5.42 Hasil Uji Normalitas	105
Tabel 5.43 Estimasi Regresi Linier Sederhana Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	108
Tabel 5.44 Korelasi Antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Konsumen...	109
Tabel 5.45 Koefisien Determinasi.....	110
Tabel 5.46 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	121
Lampiran 2 Output SPSS	124
Lampiran 3 Tabel Induk.....	128

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia usaha menjadi terasa sangat ketat dan tidak bisa dihindari oleh para pelaku usaha. Ekspektasi konsumen terhadap suatu produk maupun jasa akan menjadi semakin besar. Konsumen akan membandingkan manfaat terbaik yang dirasakan dari produk maupun jasa yang mereka konsumsi sehingga perusahaan yang bergerak di bidang usaha yang sama akan semakin ketat dalam bersaing. Hal ini dapat terlihat dari salah satu industri yang perkembangan dan persaingannya sangat pesat di Indonesia yaitu industri kuliner.

Perkembangan industri kuliner di Indonesia yang semakin luas menyebabkan bertambah banyaknya pengusaha di industri kuliner. Industri kuliner merupakan salah satu sektor pendukung bidang perekonomian di Indonesia. Segmentasi pasar industri kuliner semakin meluas karena persaingan yang ketat. Terbukti dengan munculnya pengusaha baru dalam bidang kuliner. Maka perusahaan harus memiliki nilai tambah sehingga dapat memiliki keunggulan dalam bersaing. Hal ini yang pada akhirnya akan membuat konsumen memilih produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Tidak hanya produk yang berkualitas yang diprioritaskan oleh perusahaan, tapi kualitas pelayanan juga menjadi perhatian penting untuk perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya sehari-hari di bidang kuliner. Pelayanan akan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi keinginan dan harapan dari konsumen.

Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efektif dan lebih efisien. Dengan diketahuinya hasil dari pengukuran kepuasan konsumen, perusahaan dapat mempersiapkan strategi yang tepat untuk diterapkan di dalam perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan loyalitas konsumen. Hasil pengukuran kepuasan konsumen juga akan menjadi panduan bagi perusahaan untuk mengetahui keputusan apa yang harus diambil bagi perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen khususnya di bidang kuliner.

Kota Bandung sebagai ibu kota Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu destinasi kota wisata favorit di Indonesia khususnya dalam industri kuliner yang berkembang dengan pesat. Terbukti berdasarkan data (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2016), angka kunjungan wisatawan pada tahun 2018 naik sebesar 40 persen dari tahun 2017 yang hanya 3.803.892 kunjungan. Jumlah angka kunjungan itu terdiri dari 5.814.070 kunjungan wisatawan lokal dan 33.860 kunjungan wisatawan mancanegara.

Semakin meningkatnya perkembangan kuliner di Kota Bandung mengakibatkan timbulnya pergeseran pola konsumsi makanan dan minuman dimana seseorang cenderung lebih senang untuk mengkonsumsi makanan diluar rumah daripada di rumah khususnya pekerja atau seseorang yang sibuk dengan aktivitas di luar rumah. Sebagai kebutuhan primer yang harus dipenuhi, makan dan minum bertujuan agar manusia memiliki energi yang cukup untuk melakukan aktivitasnya sehari-hari. Konsumen menjadi selektif dan cenderung mencari sesuatu yang bersifat praktis dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

Dengan adanya perubahan tersebut, kafe menjadi salah satu alternatif tempat untuk memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran fungsi kafe yang melahirkan fenomena sosial dan budaya yang baru.

Awalnya kafe memiliki fungsi untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Namun kini baik restoran maupun kafe tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan makan dan minum saja tetapi digunakan oleh masyarakat sebagai tempat untuk berkumpul, tempat untuk bersosialisasi, tempat untuk *meeting*, dan lain-lainnya. Maka dari itu, tidak dapat dihindari lagi bahwa pemenuhan kebutuhan makan dan minum diluar rumah sudah menjadi semakin tinggi dan meluas dalam kehidupan masyarakat modern saat ini.

Kafe merupakan sebuah tempat yang nyaman untuk kita menikmati secangkir minuman dan makanan kesukaan kita. Karena pada dasarnya kafe dibuat dengan konsep yang mementingkan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik yang membuat pengunjung tak hanya menikmati makanan dan minuman tetapi juga melebur dalam suasana di sekitar.

Kafe yang diteliti oleh penulis adalah *O'Rock Eatery and Coffee*. *O'Rock Eatery and Coffee* memiliki pelayanan yang berkualitas. Salah satu alasan peneliti memilih kafe ini adalah berdasarkan pengalaman pribadi peneliti yaitu peneliti melihat bahwa karyawan yang ramah dalam melayani sehingga membuat konsumen menjadi nyaman dan ingin kembali lagi. Dibutuhkan pengetahuan untuk mengetahui seperti apa keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat

memenangkan hati konsumen. Hal tersebut yang akan menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam memenangkan persaingan. Maka dari itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen *O'Rock Eatery and Coffee*.

Tabel 1.1

Alasan konsumen Mengunjungi *O'Rock Eatery and Coffee*

Alasan	Jumlah	%
1. Jam operasional yang konsisten dan tepat waktu	3	6
2. Desain interior kafe yang bagus.	7	14
3. Metode pembayaran dengan pilihan yang banyak	9	18
4. Bahan baku yang higienis.	2	4
5. Peralatan dan fasilitas kafe yang bersih.	8	16
6. Pramusaji kafe yang ramah, sigap dan cepat tanggap dalam melayani konsumen.	13	26
7. Karyawan yang terampil dalam menyajikan produk	8	16
TOTAL	50 orang	100%

Sumber : Kuesioner Pra-Survei

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat disimpulkan dari faktor kualitas pelayanan yang paling dominan sebagai alasan konsumen untuk mengunjungi *O'Rock Eatery and Coffee* bahwa indikator pelayan kafe yang ramah, sigap dan cepat tanggap dalam melayani konsumen dengan persentase sebesar 26% menjadi faktor yang paling dominan yang menjadi alasan konsumen datang ke *O'Rock Eatery and Coffee* dan menjadi loyal.

Loyalitas konsumen memegang peranan yang penting untuk diperhatikan dalam menjalankan dunia bisnis terutama bagi kalangan pelaku bisnis itu sendiri. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga konsumen enggan untuk beralih ke merek lain. Kualitas pelayanan yang baik juga akan meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen yang setia akan cenderung membeli lebih banyak produk yang disediakan oleh perusahaan bahkan sampai berulang-ulang kali. Konsumen yang loyal menjadi aset yang berharga bagi keberlangsungan *O'Rock Eatery and Coffee* agar tetap bertahan dalam persaingan di dunia usaha dalam sektor kuliner ini melawan para kompetitornya.

Berdasarkan uraian latar belakang dan hasil kuesioner tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian kepada *O'Rock Eatery and Coffee* yang bergerak di bidang kuliner khususnya mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen *O'Rock Eatery and Coffee*”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, *O'Rock Eatery and Coffee* perlu mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen. Hal ini perlu diketahui agar dapat mencapai tujuan organisasi.

Terkait dengan hal tersebut maka penulis merumuskan masalah penelitian yang terdiri atas :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *O'Rock Eatery and Coffee*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok-pokok permasalahan yang telah diidentifikasi dan dirumuskan di atas, berikut adalah uraian tujuan dari penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen *O'Rock Eatery and Coffee*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini penulis harapkan memberikan manfaat bagi pihak :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam segi informasi tambahan yang dapat dijadikan saran dan masukan terhadap kualitas pelayanan yang disediakan. Sehingga perusahaan dapat memiliki karyawan dengan kinerja yang baik yang menghasilkan kualitas pelayanan yang maksimal. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melihat karakteristik-karakteristik dari konsumen. Sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat menyesuaikan dengan kondisi perusahaan.

2. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bermanfaat bagi penulis karena dapat memberikan wawasan tambahan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebuah perusahaan dan juga wawasan dalam menyusun karya tulis.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi pembacanya dan juga menambah wawasan dan juga informasi bagi pembaca khususnya bagi pembaca yang hendak melakukan penelitian mengenai topik kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen sebuah perusahaan.

1.5 Obyek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *O'Rock Eatery and Coffee* Bandung. *O'Rock Eatery and Coffee* merupakan salah satu *café* yang terletak di Jalan Peta no.239, Kota Bandung. Didirikan pada 15 Desember 2018 oleh Bapak Hari Nada, *O'Rock Eatery and Coffee* berawal dari sebuah tempat *car wash* dan bengkel. Karena ketersediaan lahan yang masih sangat luas, maka dimanfaatkan oleh pemilik untuk didirikan sebuah *café*. *O'Rock Eatery and Coffee* menyediakan bermacam jenis kopi dengan cara pembuatannya yang berbeda-beda dan juga menyediakan menu makanan yang beragam.