



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 KuroKoffee* Ciumbuleuit**

Skripsi

Oleh

Hendry Wijaya

2015320017

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 Keputusan
Pembelian di *Cafe KuroKoffee* Ciumbuleuit**

Skripsi

Oleh

Hendry Wijaya

2015320017

Pembimbing

James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

Bandung

2019

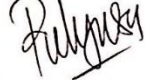


Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Hendry Wijaya
Nomor Pokok : 2015320017
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan
Pembelian di *Cafe* Kurokoffee Ciumbuleuit

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 03 Juli 2019
Dan dinyatakan LULUS

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Dr. Rulyusa Pratiko, S.AB., M.S.E : 
Sekretaris
James Rianto Situmorang, Drs., M.M : 
Anggota
Daniel Karim, S.IP., M.M : 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hendry Wijaya

NPM : 2015320017

Jurusan / Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe KuroKoffee Ciumbuleuit*

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, 26 Juni 2019

Hendry Wijaya

ABSTRAK

Nama : Hendry Wijaya

NPM : 2015320017

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe*
Kurokoffee Ciumbuleuit

Berkembangnya bisnis kuliner di Kota Bandung menjadi peluang bagi pelaku bisnis kuliner. Salah satu bisnis kuliner yang semakin berkembang adalah *cafe*. Sebagai salah satu *cafe* di Kota Bandung, Kurokoffee Ciumbuleuit harus mempertahankan keunggulan bersaing ditengah banyaknya *cafe* yang beroperasi. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan adalah kesesuaian antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diperoleh konsumen ketika mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sementara itu, keputusan pembelian merupakan tahap dimana konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pilihan dan memutuskan melakukan pembelian atas merek yang paling disukai atau paling sesuai.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Kurokoffee Ciumbuleuit, mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian di Kurokoffee Ciumbuleuit, mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di *Cafe* Kurokoffee Ciumbuleuit.

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori, metode penelitian yang digunakan adalah metode survei terhadap data yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi sebesar 24%. Adapun nilai koefisien korelasi sebesar 0,490 yang tergolong dalam kategori sedang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Kurokoffee Ciumbuleuit. Dan terdapat tiga pernyataan kuisisioner dengan peringkat tertinggi yaitu; makanan dan minuman di *cafe* aman untuk dikonsumsi, pembayaran dapat dilakukan melalui beragam metode, proses pembayaran dilakukan dengan cepat. Sedangkan yang terendah yaitu; makanan dan minuman pada menu Kurokoffee Ciumbuleuit selalu tersedia saat dipesan, pramusaji menyambut tamu yang datang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Name : Hendry Wijaya

NPM : 2015320017

Title : *The Effect of Service Quality on Purchase Decision at Kurokoffee Ciumbuleuit Cafe*

The growth of the culinary business in Bandung City presents an opportunity for the culinary business entrepreneur. One of the growing culinary businesses is the cafe. As one of the local cafes, Kurokoffee Ciumbuleuit must maintain the competitive advantage over other cafes that operate. One of them is to maintain the service quality to improve purchase decision.

Service quality is the compatibility between consumer expectations and the reality that consumers experience when consuming or using the products or services that are offered. Meanwhile, purchase decision refers to the stage where consumers make their preferences of brands shown in their mind and decide to purchase the most preferred or the most suitable brand.

The purpose of this study is to determine the service quality observed at Kurokoffee Ciumbuleuit, to establish the relation between service quality and purchase decision at Kurokoffee Ciumbuleuit, to determine the effect of service quality on purchase decision at Kurokoffee Ciumbuleuit.

The type of this research is explanatory, the method that used is a survey method for data collected through questionnaires involving 100 respondents. Based on the results of the study, there is an influence between the service quality on purchase decision with a determination coefficient of 24%. The correlation coefficient value is 0.490 which is classified as moderate. So it can be concluded that service quality has an effect on purchase decision at Kurokoffee Ciumbuleuit. And there are three highest ranking questionnaire statements; foods and drinks at cafe are safe for consumption, payment can be made through various methods, the payment process is done quickly. While the lowest; foods and drinks on the Kurokoffee Ciumbuleuit menu are always available when ordered, the waiter greet the guests.

Keywords: Service Quality, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan kasih dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe Kurokoffee Ciumbuleuit*”.

Skripsi ini dilakukan demi memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, pengarahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam rangka penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Baik, yang telah memberikan kekuatan, kesehatan, berkat, kemampuan, kelancaran untuk mampu menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
2. Orang tua penulis, Oey Tjin Hong dan Lim Hong Giok yang tak henti-hentinya memberikan dukungan, dorongan, semangat, doa, bimbingan, kesabaran, pelajaran, bantuan, menyediakan dan memberikan fasilitas selama masa perkuliahan dan pembuatan skripsi ini, serta selalu merawat penulis dengan sepenuh hati yang tidak dapat penulis ungkapkan dengan kata-kata.

3. Bapak James Rianto Situmorang, Drs., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, dan kesabaran dalam memberikan bimbingan guna mengarahkan penulis untuk menyusun skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
5. Pihak-pihak terkait Kurokoffee Ciumbuleuit yang memberikan ijin untuk melakukan penelitian ini serta membantu saya dalam memberikan informasi yang penulis butuhkan untuk melakukan penelitian ini, selaku manajer Kurokoffee Pak Nixon.
6. Seluruh Dosen di Universitas Katolik Parahyangan Bandung, khususnya Dosen di Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam mendukung, memotivasi, membimbing, memberikan informasi yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini hingga selesai.

8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran guna penyempurnaan dalam penelitian berikutnya. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri, maupun pihak lain yang membutuhkan.

Bandung, 26 Juni 2019

Hendry Wijaya

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.5 Objek Penelitian	7
BAB 2 KERANGKA TEORI	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Manajemen Pemasaran.....	9
2.3 Pengertian Jasa	11
2.4 Kualitas.....	12
2.4.1 Kualitas Pelayanan.....	13
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.5 Keputusan Pembelian	15
2.5.1 Proses Keputusan Pembelian.....	15

2.5.2 Dimesi Keputusan Pembelian.....	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian.....	22
3.3 Model Penelitian.....	22
3.4 Variabel Penelitian	23
3.5 Operasionalisasi Variabel.....	24
3.6 Populasi dan Sampel	27
3.6.1 Populasi.....	27
3.6.2 Sampel	27
3.7 Teknik Pengumpulan Data	28
3.8 Teknik Analisa Data	29
3.8.1 Nilai Pernyataan Kuesioner	29
3.8.2 Uji Validitas	30
3.8.3 Uji Reliabilitas	31
3.8.4 Uji Normalitas	32
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.6 Analisis Regresi Sederhana	33
3.8.7 Analisis Korelasi.....	34
3.8.8 Koefisien Determinasi	35
3.8.9 Uji Hipotesis	36
BAB 4 OBJEK PENELITIAN.....	37
4.1 Sejarah Kurkoffee.....	37
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	39

4.2.1 Visi Kurokoffee	39
4.2.2 Misi Kurokoffee.....	39
4.3 Detail Perusahaan:	40
4.3.1 Cabang dan Waktu Operasional	40
4.3.2 Arti Nama Kurokoffee	41
4.3.3 Arti Logo Kurokoffee	41
4.4 Struktur Organisasi.....	42
4.5 Uraian Tugas	43
4.6 Foto Kurokoffee Ciumbuleuit	46
BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
5.1.1 Uji Validitas	55
5.1.2 Uji Reliabilitas	57
5.2 Analisis Deskriptif.....	58
5.2.2 Data Diri Responden.....	60
5.2.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
5.2.2.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
5.2.2.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
5.2.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	62
5.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	63
5.2.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i>	64
5.2.3.3 Garis Kontinum Dimensi <i>Reliability</i>	68
5.2.3.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Responsiveness</i>	71
5.2.3.5 Garis Kontinum Dimensi <i>Responsiveness</i>	74
5.2.3.6 Tanggapan Responden Mengenai dimensi Assurance	76

5.2.3.7	Garis Kontinum Dimensi <i>Assurance</i>	80
5.2.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Emphaty</i>	82
5.2.3.9	Garis Kontinum Dimensi <i>Emphaty</i>	85
5.2.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Tangible</i>	87
5.2.3.11	Garis Kontinum Dimensi <i>Tangible</i>	90
5.2.3.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	92
5.2.3.13	Peringkat Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan	94
5.2.3.14	Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	96
5.2.3.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan	98
5.2.3.16	Peringkat Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kualitas Pelayanan	99
5.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	100
5.2.4.2	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian	101
5.2.4.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	107
5.2.4.4	Peringkat Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	108
5.2.4.5	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	109
5.3	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ..	111
5.3.1	Uji Normalitas	111
5.3.2	Uji Heteroskedastisitas	114
5.3.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	116
5.3.4	Analisis Korelasi.....	120

5.3.5 Koefisien Determinasi	122
5.3.6 Pengujian Hipotesis	123
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	126
6.1 Kesimpulan.....	126
6.1.1 Perhitungan Statistik.....	126
6.1.2 Tanggapan Responden.....	129
6.1.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan..	129
6.1.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	131
6.2 Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Alasan mengapa anda datang dan membeli di Kurrokoffee Ciumbuleuit berdasarkan faktor Kualitas Pelayanan	3
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel X (Kualitas Pelayanan)	24
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	26
Tabel 3.3 Tabel Skala Likert.....	29
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 5.1 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
Tabel 5.3 Kriteria Interval Tanggapan Responden	59
Tabel 5.4 Profil Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel 5.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 5.7 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 5.8 Kriteria Interval Tanggapan Responden	63
Tabel 5.9 Pramusaji Kurokoffee Ciumbuleuit terampil dalam menyajikan makanan dan minuman	64
Tabel 5.10 Kurokoffee Ciumbuleuit memiliki waktu operasional yang konsisten	65
Tabel 5.11 Pramusaji Kurokoffee Ciumbuleuit mampu menjelaskan semua menu dengan baik	66
Tabel 5.12 Makanan dan minuman yang diantar sesuai dengan pesanan.....	67
Tabel 5.13 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	68
Tabel 5.14 Pramusaji segera datang saat dipanggil tamu	71
Tabel 5.15 Makanan dan minuman yang dipesan cepat diantar	72
Tabel 5.16 Proses pembayaran dilakukan dengan cepat.....	73
Tabel 5.17 Rekapitulasi Penilaian Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	74

Tabel 5.18 Makanan dan minuman di cafe aman untuk dikonsumsi.....	76
Tabel 5.19 Makanan dan minuman yang tidak sesuai dengan pesanan dapat diganti.....	77
Tabel 5.20 Pembayaran dapat dilakukan melalui beragam metode (tunai/kartu debit/kredit/ovo,go-pay).....	78
Tabel 5.21 Makanan dan minuman pada menu Kurokoffee Ciumbuleuit selalu tersedia saat dipesan.....	79
Tabel 5.22 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i> ...	80
Tabel 5.23 Pramusaji menyambut tamu yang datang	82
Tabel 5.24 Pramusaji melayani konsumen dengan ramah	83
Tabel 5.25 Pramusaji Kurokoffee Ciumbuleuit bertanya apakah terdapat tambahan menu lain saat melakukan pemesanan	84
Tabel 5.26 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i>	85
Tabel 5.27 Pramusaji Kurokoffee Ciumbuleuit berpakaian rapih	87
Tabel 5.28 Ruangan Kurokoffee Ciumbuleuit nyaman	88
Tabel 5.29 Kurokoffee Ciumbuleuit memiliki peralatan makan dan minum yang bersih.....	89
Tabel 5.30 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangible</i>	90
Tabel 5.31 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden untuk Pernyataan Kualitas Pelayanan Sesuai Urutan Pernyataan	92
Tabel 5.32 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden untuk Pernyataan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Urutan Peringkat Tertinggi	94
Tabel 5.33 Kriteria Interval Tanggapan Responden	100
Tabel 5.34 Saya memiliki kebutuhan untuk makan dan minum di cafe	101
Tabel 5.35 Saya mencari informasi mengenai beberapa cafe	102
Tabel 5.36 Saya membandingkan Kurokoffee Ciumbuleuit dengan cafe yang lain	103
Tabel 5.37 Saya menilai Kurokoffee Ciumbuleuit sebagai cafe pilihan saya dibandingkan cafe yang lain.....	104
Tabel 5.38 Saya memutuskan untuk makan dan minum di Kurokoffee Ciumbuleuit.....	105

Tabel 5.39 Saya bersedia untuk datang kembali ke Kurokoffee Ciumbuleuit....	106
Tabel 5.40 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Sesuai Urutan Pernyataan	107
Tabel 5.41 Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden untuk Pernyataan Keputusan Pembelian Berdasarkan Urutan Peringkat Tertinggi	108
Tabel 5.42 Tabel Interpretasi Korelasi.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 3.1 Model Penelitian	22
Gambar 4.1 Tampak Luar Kurokoffee Ciumbuleuit.....	46
Gambar 4.2 Daftar Menu Kurokoffee Ciumbuleuit.....	47
Gambar 4.3 Lorong Kurokoffee Ciumbuleuit.....	48
Gambar 4.4 Ruangan Indoor Kurokoffee Ciumbuleuit.....	49
Gambar 4.5 Lantai 2 Kurokoffee Ciumbuleuit	51
Gambar 4.6 Ruangan semi-outdoor Kurokoffee Ciumbuleuit.....	52
Gambar 4.7 Ruangan Outdoor Kurokoffee Ciumbuleuit.....	54
Gambar 5.1 Garis Kontinum Dimensi <i>Reliability</i>	70
Gambar 5.2 Garis Kontinum Dimensi <i>Responsiveness</i>	75
Gambar 5.3 Garis Kontinum Dimensi <i>Assurance</i>	81
Gambar 5.4 Garis Kontinum Dimensi <i>Emphaty</i>	86
Gambar 5.5 Garis Kontinum Dimensi <i>Tangible</i>	91
Gambar 5.6 Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan	97
Gambar 5.7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	110
Gambar 5.8 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	112
Gambar 5.9 Uji Normalitas P-P Plot.....	113
Gambar 5.10 Uji Heteroskedastisitas <i>Scatter Plot</i>	114
Gambar 5.11 Hasil Uji Glejser.....	115
Gambar 5.12 Analisis Regresi Linier Sederhana	116
Gambar 5.13 Hasil Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan.....	117
Gambar 5.14 Hasil uji korelasi antara Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	120
Gambar 5.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	122
Gambar 5.16 Hasil Uji – t Statistik	123
Gambar 5.17 Kurva Pengujian Hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di <i>Cafe</i> Kurokoffee Ciumbuleuit.....	125

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Tabel Koding	136
Lampiran Kuesioner	137
Tabel Induk	142
Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	152

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi setiap hari dan tidak dapat dilewatkan salah satunya adalah makan dan minum. Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli di rumah makan, restoran, *cafe*. Hal tersebut menjadi peluang bagi pengusaha untuk menggeluti usaha di industri kuliner. Berdasarkan data dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Republik Indonesia, mengatakan bahwa industri kuliner kian menggeliat di Indonesia. Berdasarkan data Bekraf mencatat, subsektor kuliner berkontribusi 41,4 persen dari total kontribusi perekonomian kreatif Rp 922 triliun pada 2016. Jumlah tersebut merupakan yang paling tinggi dibandingkan 16 subsektor lain di Bekraf RI. Menurut Deputy Riset, Edukasi, dan Pengembangan Bekraf RI AR Boy Berawi, kuliner merupakan salah satu penopang di industri kreatif. Dari unit 8,2 juta unit industri kreatif, 68 persen bergerak di industri kuliner, sehingga industri kuliner memiliki potensi besar di Indonesia untuk terus berkembang (Agmasari, 2018).

Hal tersebut sesuai dengan teori hierarki kebutuhan Maslow yang diungkapkan oleh Abraham Maslow. Maslow beranggapan bahwa salah satu kebutuhan dasar yang harus dipenuhi adalah Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*) yaitu kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya secara fisik. Kebutuhan-

kebutuhan itu seperti kebutuhan akan makanan, minuman, tempat berteduh, tidur dan oksigen (sandang, pangan, papan) (Feist, 2010).

Bisnis kuliner di Kota Bandung juga semakin berkembang seiring telah dikenalnya Bandung sebagai yaitu kota wisata yang memiliki kekayaan kuliner dan menjadi tujuan wisata. Menurut Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) Jawa Barat (Jabar), Iwan Gunawan, pertumbuhan permintaan produk kuliner Bandung rata-rata melampaui 10 persen per tahun. Tingginya pertumbuhan permintaan tersebut, ditunjang oleh kuatnya *brand* Bandung sebagai pusat wisata kuliner. Pangsa pasar industri kuliner di Bandung luas sehingga membuat wisatawan tertarik, khususnya wisatawan yang berasal dari luar kota, selalu penasaran dengan kuliner baru di Bandung. Struktur geografis Bandung yang berada di ketinggian dan cuacanya yang cenderung dingin membuat produk kuliner selalu dicari.

Berdasarkan liputan dari medcom.id, bisnis kuliner yang semakin berkembang yaitu *cafe/coffee shop*. *cafe* di Indonesia kini kian bertumbuh. Penyebarannya juga tidak hanya di pusat perkotaan, tapi juga di pinggiran perkotaan. Melihat fenomena tersebut, tidak mengherankan apabila perkembangan bisnis *cafe* di Indonesia begitu menjanjikan. *Cafe* kini bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati kopi tapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia, *cafe* dapat menjadi tempat untuk menikmati suasana serta pelayanan yang diberikan (Setiawan, 2018).

Saat ini, jumlah *cafe* di Kota Bandung telah mencapai 239 *cafe*. Hal ini menunjukkan bahwa Kota Bandung merupakan kota potensial yang mengalami pertumbuhan *cafe* dengan baik. Salah satunya yaitu KuroKoffee yang terletak di Jalan Ciumbuleuit Nomor 130 (Qraved, 2019).

Tabel 1.1
Alasan mengapa anda datang dan membeli di KurroKoffee Ciumbuleuit berdasarkan faktor Kualitas Pelayanan

No	Alasan	Jawaban	Persentase (%)
1.	Ruangan yang nyaman	16	64%
2.	Dekorasi/desain tempat yang bagus	3	12%
3.	Pelayanan yang cepat	2	8%
4.	Pengetahuan pegawai mengenai menu baik	2	8%
5.	Keramahan pegawai cafe	2	8%
Total		25	100%

Sumber: Kuisisioner

Berdasarkan hasil pra-survey yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa tempat yang nyaman merupakan faktor utama yang membuat konsumen datang dan membeli di Kurokoffee Ciumbuleuit dengan total responden sebanyak 16 orang (64%) yang menjawab bahwa tempat yang nyaman menjadi alasan utamanya.

Kenyamanan Kurokoffee Ciumbuleuit dapat dirasakan dari suhu ruangan kafe yang tidak panas karena memiliki ventilasi/jendela yang besar dan langsung menghadap ke arah taman yang membuat sirkulasi udara menjadi sejuk, ruangan yang besar serta jarak antara kursi dan meja yang tidak berdesakan.

Dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi konsumen untuk datang dan membeli di Kurokoffee Ciumbuleuit. *Cafe* merupakan bisnis yang tergolong dalam bidang jasa sehingga kualitas pelayanan merupakan hal yang penting. Sehingga membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan keputusan pembelian di Kurokoffee Ciumbuleuit dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di *Cafe* KuroKoffee Ciumbuleuit”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah disampaikan oleh penulis maka, masalah yang diidentifikasi oleh penulis ialah:

- Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Kurokoffee Ciumbuleuit?
- Bagaimana keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Kurokoffee Ciumbuleuit?
- Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kurokoffee Ciumbuleuit?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk:

- Mengetahui kualitas pelayanan dilakukan oleh Kurokoffee Ciumbuleuit
- Mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Kurokoffee Ciumbuleuit
- Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Kurokoffee Ciumbuleuit.

1.4 Kegunaan Penelitian

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian terhadap suatu produk.

c. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kesamaan topik penelitian dan dapat dijadikan sebagai salah satu bidang literatur oleh pihak yang membutuhkan.

1.5 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Kurokoffee Ciumbuleuit Nomor 130 Kota Bandung.

Nama Perusahaan : Kurokoffee

Alamat : Jalan Ciumbuleuit No.130, Ciumbuleuit, Cidadap,
Kota Bandung, Jawa Barat 40141

Website : <http://kurokoffee.co/>

Nomor Telepon : (022) 2033406

Nomor Fax : (022) 7303730