

Muhamad Khaerul Alamatullah. NIM. 18.03.3.1.1.00074. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Cafe Mie Story Tangerang. Di bawah Bimbingan Cahyo Indarto, S.TP., M.P., Ph.D. dan Banun Diyah Probowati, S.TP., M.Si.

ABSTRAK

Kepuasan konsumen yaitu suatu situasi perasaan konsumen pada perbandingan harapan dengan pelayanan yang terjadi sebenarnya. Kepuasan konsumen digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Cafe Mie Story Tangerang. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, maka nilai kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Kualitas adalah kondisi yang sangat dinamis di mana hubungan produk, jasa, dan lingkungan yang memengaruhi pemenuhan atau melebihi sebuah harapan konsumen. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui harapan, persepsi dan kepuasan konsumen pada Cafe Mie Story Tangerang. Metode yang digunakan pada penelitian ini ialah metode *service quality*. Metode ini melihat pemenuhan harapan, persepsi dan kepuasan konsumen terhadap atribut dimensi kualitas. Dimensi tersebut yaitu: *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (kepedulian). Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 30 responden dengan kriteria paling sering membeli di Cafe Mie Story. Hasil penelitian yaitu nilai harapan pada atribut masing-masing dimensi bernilai penting karena nilainya mendekati angka 2. Nilai persepsi konsumen pada atribut masing-masing dimensi ialah puas dengan nilai melebihi 3. Kesenjangan paling besar nilainya terdapat pada atribut keyakinan penggunaan bahan yang halal dan konsumen yang datang awal akan dilayani terlebih dahulu dengan nilai kesenjangan 2,5 sehingga konsumen merasa *surprise* dan memuaskan.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kualitas, *Service Quality*

Muhamad Khaerul Alamatullah. NIM. 18.03.3.1.1.00074. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kepuasan Cafe Mie Story Tangerang. Di bawah Bimbingan Cahyo Indarto, S.TP., M.P., Ph.D. dan Banun Diyah Probowati, S.TP., M.Si.

ABSTRACT

Consumer satisfaction was a situation of consumer feelings in comparison to expectations with actual services. Consumer satisfaction was used to assess the quality of service provided by Cafe Mie Story Tangerang. The better the quality of service provided to consumers, the higher value of customer satisfaction will be. Quality was a very dynamic condition in which the relationship between products, services, and the environment affects the fulfillment or exceeding of a consumer's expectations. The purpose of this study determined the expectations, perceptions, and satisfaction of consumers at Cafe Mie Story Tangerang. The method used in this research was the service quality method. This method looked at the fulfillment of expectations, perceptions, and customer satisfaction on the attributes of the quality dimensions. These dimensions were tangibles (physical evidence), reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The number of respondents used in this study was 30 respondents with the criteria for most frequently buying at Cafe Mie Story. The results of the research are the expected value of the attribute of each dimension was important because the value was 2. The value of consumer perception on the attribute of each dimension was satisfied because the value was 3. The largest gap in value was in the attribute of belief in the use of halal materials and consumers who arrived early will be served first with a gap value on 2.5 so that consumers feel surprised and satisfied.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality, Service Quality