

ABSTRAK

Cafe telah menjadi salah satu alternatif bisnis kuliner bagi setiap orang. Semakin banyaknya bisnis *cafe* di Indonesia menyebabkan bisnis *cafe* di Indonesia saling bersaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan citra perusahaan baik terutama untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang baik yang dapat berpengaruh terhadap perusahaan tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Warunk Upnormal Bandung. Terdapat lima dimensi utama yang dipakai oleh kualitas layanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuisisioner yang disebarakan kepada 400 responden dengan metode pengambilan sampel adalah teknik *purpossive sampling* dan untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan uji regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara *Tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *emphaty* berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Warunk Upnormal Bandung. Sedangkan variabel *assurance* tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Warunk Upnormal Bandung. *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan pelanggan Warunk Upnormal.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling terpenting untuk Warunk Upnormal Bandung. Oleh karena itu, Warunk Upnormal Bandung perlu lebih meningkatkan kembali kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan agar dapat lebih mencapai harapan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan.