

ABSTRAK

Penelitian ini ditunjukkan untuk mengamati pengaruh dari *service quality* atau pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada Lalune Coffee & Luncheonette di Bandung. Lalune Coffee & Luncheonette didirikan pada 20 Desember 2018 yang berlokasi pada Jalan Hegarmanah, Bandung. Lalune Coffee & Luncheonette menyajikan menu lokal hingga internasional, namun berfokus pada penyajian kopi terbaik. Desain interior yang tidak biasa dan nyaman adalah faktor yang meningkatkan citra dan kualitas pelayanan perusahaan. Pentingnya kualitas layanan tersebut dikaji dengan diadakannya penelitian ini. Variabel *service quality* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuisioner kepada 100 orang konsumen yang pernah berkunjung ke Lalune Coffee & Luncheonette. Metode pengolahan menggunakan validitas, reliabilitas, analisis deskriptif dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini bertujuan mengetahui kepuasan pelanggan dan aspek apa yang perlu diperbaiki di Lalune Coffee & Luncheonette.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan analisis deskriptif terhadap 100 responden di Lalune Coffee & Luncheonette, menunjukkan bahwa indikator *Empathy* mendapat persentase kenyataan paling rendah sebesar 79%. Selain itu dari total 18 pernyataan dalam kuisioner, terdapat 3 poin yang berada di Kuadran A (prioritas utama), 8 poin di Kuadran B (pertahankan prestasi), 7 poin di Kuadran C (prioritas rendah), dan tidak ada poin yang masuk ke dalam Kuadran D (berlebihan).

Kata Kunci: *Service Quality*, *Importance Performance Analysis*, Pemasaran.