

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Gambaran Perusahaan CV. Karya Terang Perdana (Gigglebox Café & Resto)

GiggleBox Cafe & Resto merupakan sebuah cafe yang didirikan pada tanggal 10 Februari 2010 dengan mengusung konsep bergaya *American Style* yang memberikan kesan homey layaknya seperti di rumah sendiri. Kini menginjak tahun 2021 GiggleBox Café dan Resto sudah berdiri kurang lebih 11 tahun dan sudah memiliki 30 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, dan 12 cabang untuk daerah Bandung. Berikut ini adalah daftar outlet GiggleBox café dan resto di Bandung :

TABEL 1. 1
Daftar Outlet GiggleBox di Bandung

No	Nama	Alamat
1.	Progo	Jl. Progo No. 33 A
2.	Bandung Indah Plaza	Jl. Merdeka No.56, Lt 1
3.	Gandapura	Jl. Gandapura No.75
4.	Miko Mall	Jl. Kopo Raya No.599
5.	Festival City Link bawah	Jl. Peta No.241, Lt GF
6.	Ciwalk 1	Unit SG Jl. Cihampelas No. 160
7.	Ciwalk 1	Unit SG Jl. Cihampelas No. 160
8.	Buah Batu	Jl. Terusan Buah Batu No. 44A
9.	Trans Studio Mall	Jl. Gatot Subroto No.289, Lt 2 Block A
10.	Istana Plaza	Jl. Pasir Kaliki No121-123, Cicendo
11.	Braga City Walk	Jl. Braga
12.	Karangsari	Jl. Karangsari No. 1 Sukajadi

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021

GiggleBox Cafe & Resto mengusung makanan bergaya *western* dan *Indonesian Food* dengan tetap menjaga keseimbangan dan kesadaran akan asupan nutrisi, sehingga pengunjung tidak perlu khawatir untuk menyantap menu yang ada di GiggleBox Café & Resto. Sentuhan cita rasa tinggi dibalut dengan segudang pengalaman memasak oleh

chefs handal telah banyak memanjakan lidah pelanggan yang berkunjung dengan menu andalan yang dimiliki seperti *Hot Spicy Crispy Chicken*, *Crispy Chicken Maryland*, *Medalion Mozzarella Beef* yang sangat banyak diminati oleh pengunjung setia GiggleBox Café & Resto untuk makan siang bersama atau yang hanya sekedar ingin bersantai dan bercengkrama, ataupun mengerjakan tugas-tugas sekolah melalui fasilitas *free Wifi* yang semakin menambah suasana nyaman dan membuat pengunjung ingin sedikit berlama-lama selama berkunjung.

GiggleBox Café & Resto juga merupakan salah satu Grup dari Jonas Photo. Pada tahun 2020 GiggleBox berhasil membangun brand baru yaitu Kitasteak yang merupakan café dan resto khusus menjual berbagai aneka macam steak dengan target segmentasi kelas menengah kebawah. Tujuan dari penggabungan satu atap manajemen ini adalah untuk saling menunjang dan menjadi perusahaan yang lebih baik untuk kedepannya.

1.1.2 Sejarah Perusahaan

GiggleBox Café & Resto Bandung berdiri sejak 10 Februari 2010 mengusung konsep *homy* yang akan membuat para pengunjungnya merasa nyaman seperti sedang makan dirumah. *Service* yang diberikanpun dapat dikatakan memuaskan sehingga pengunjung dapat menikmati suasana dan betah untuk berlama-lama di Café ini salah satunya karena café ini menyediakan *free wifi*. Pemilik café ini mengusung nama giggle karena ia menginginkan café miliknya ini menjadi tempat bagi keluarga, kerabat, atau pasangan untuk bersantai, bersenang-senang, dan tertawa bersama. Desain dari interior GiggleBox Café & Resto ini sendiri didominasi dengan furniture kekinian dengan warna-warna pastel yang lembut. Dan untuk mendapatkan kesan lebih *homy* atap-atap di café ini dibiarkan terlihat *unfinished* sehingga kita juga akan merasakan suasana *vintage* yang kental.

GiggleBox Café & Resto Bandung mengandalkan menu *western* dan *Indonesian food* dengan harga yang sangat terjangkau bagi pelanggan yang kebanyakan kalangan remaja dan *company*.

1.1.3 Logo Perusahaan GiggleBox Café & Resto (CV. Karya Terang Perdana)

Berikut merupakan Logo GiggleBox Café & resto (CV. Terang Perdana karya)



GAMBAR 1. 1

Logo GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.

1.1.4 Visi dan Misi Perusahaan

Berikut ini adalah visi dan misi yang dimiliki oleh CV. Karya Terang Perdana (Gigglebox Café & Resto) :

a. Visi

To be a national franchise restaurant chain (untuk menjadi restaurant waralaba nasional)

b. Misi

To provide comfortable dining experience with reasonably-priced food and beverage, also friendly and fast service in delightful and special atmosphere

(Untuk menyediakan pengalaman makan yang nyaman dengan menyajikan makanan dengan harga yang terjangkau, serta pelayanan yang ramah dan cepat dalam atmosfer yang menyenangkan dan istimewa)

1.1.5 Produk/Layanan

GiggleBox Cafe & Resto berkembang dalam bidang *food & beverage*. GiggleBox Café & Resto bukan hanya menjual makanan *Light Meal* yang merupakan makanan ringan seperti kentang goreng, *popcron*, *chicken*, risoles, cireng namun juga berbagai menu makanan bergaya *Western* dan *Asian* yang sesuai dengan keinginan dari rata-rata pelanggan yang datang, adapun jenis menu atau produk yang ditawarkan sebagai berikut :



GAMBAR 1.2

Menu Aneka Makanan favourite GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1.3

Menu Aneka Asian GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1.4

Menu Aneka Makanan Indonesia GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1.5

Menu Aneka Makanan Grill GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1. 6

Menu Aneka Light Meal GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1. 7

Menu Aneka Minuman GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1. 8

Menu Aneka Pasta GiggleBox Ccafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1. 9

Menu Aneka Pancake GiggleBox Cafe & Resto

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.

1.2 Latar Belakang

Pertumbuhan penduduk yang semakin pesat dan perubahan gaya hidup yang semakin modern menyebabkan perkembangan dalam industri bidang kuliner terus mengalami peningkatan. Semakin banyak bermunculan jenis bisnis dan pelaku usaha yang berinovasi untuk membuka suatu usaha dalam bidang kuliner. Beriringan dengan kebutuhan manusia yang membutuhkan makan dan minum, menyebabkan bisnis dalam bidang kuliner ini terus menjadi sasaran utama untuk berbisnis dibandingkan dengan bisnis lainnya. Industri penyediaan tempat makanan dan minuman seperti café dan restaurant merupakan dunia yang cepat menyebar seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia. Produk makanan dan minuman ditawarkan dalam berbagai bentuk oleh banyak outlet yang tersebar diberbagai kota dan provinsi. Masyarakat yang semakin disibukkan dengan berbagai kegiatan, menyebabkan para pengusaha kreatif memutar otak untuk memanfaatkan penyediaan tempat makanan seperti café, restaurant dan kedai ataupun rumah makan.

Bisnis kuliner memiliki tingkat persaingan yang ketat, hal ini dikarenakan banyaknya *demand* di pasar dan pelaku usaha yang terus membuka bisnis kreatif dibidang kuliner, khususnya café dan restaurant. Dalam bisnis kuliner tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, namun setiap café, resto maupun rumah makan harus menyediakan pelayanan yang prima sehingga dapat membuat para pengunjungnya nyaman saat berkunjung. Dan setiap pelaku bisnis dalam bidang kuliner di era sekarang ini sangat di perlukannya inovasi berupa ide-ide kreatif sehingga tidak monoton dan memiliki pembeda dibandingkan dengan *competitor* serta dapat menjadi nilai tambah bagi café atau restaurant itu sendiri.

Indonesia adalah Negara yang memiliki beragam kuliner khas di setiap daerahnya masing-masing. Jawa Barat adalah salah satu provinsi yang potensial bagi para pelaku bisnis dalam mengembangkan suatu bentuk usaha. Seperti yang kita ketahui Jawa Barat memiliki tingkat kunjungan yang tinggi. Kota Bandung merupakan surganya kuliner, oleh karena itu banyak ditemui restoran, rumah makan maupun café. Terlebih pada *weekend* atau hari libur pasti saja dipadati oleh wisatawan domestik atau mancanegara.

TABEL 1. 2
Jumlah Rumah Makan, Restaurant, dan Cafe, tahun 2017 dan 2018

Kabupaten/Kota	Banyaknya RM Makan, Restaurant dan Cafe Menurut Kabupaten/Kota					
	Café		Restoran		Rumah Makan	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Bandung	25	25	40	40	467	467
Bandung Barat	5	17	18	7	128	128
Kota Bandung	41	14	544	370	467	372
Provinsi Jawa Barat	746	278	1878	1332	4225	3418

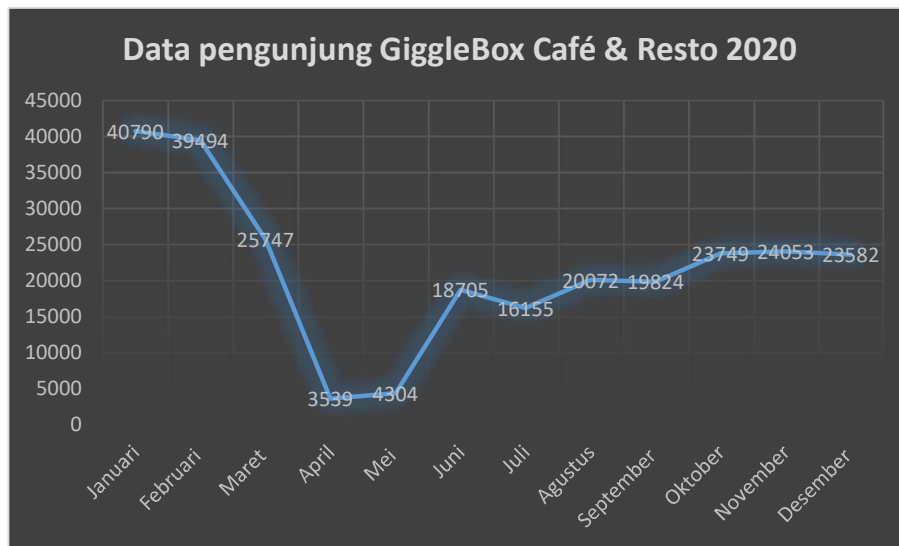
Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Bandung (bps.go.id)

Berdasarkan tabel diatas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat menyatakan banyaknya rumah makan, restoran dan café menurut kabupaten / kota. Jika dilihat pada tabel diatas yang menampilkan data tahun 2017 dan 2018 terlihat mengalami peningkatan. Banyaknya café di Bandung pada tahun 2017 yaitu sebanyak 25, dan pada tahun 2018 sebanyak 25. Pada Bandung Barat tahun 2017 terdapat 17 café dan pada tahun 2018 sebanyak 5 café. Untuk Kota Bandung sendiri pada tahun 2017 terdapat sebanyak 14 café dan meningkat pesat pada 2018 sebanyak 41. Provinsi Jawa Barat sendiri terdapat 278 café pada tahun 2017 dan 746 café pada tahun 2018. Jika dilihat pada restorannya, untuk wilayah Bandung sendiri pada tahun 2017 dan 2018 tetap sama yaitu sebanyak 40 restoran. Pada wilayah Bandung Barat terdapat 7 restoran pada tahun 2017 dan 18 pada tahun 2018. Untuk wilayah Kota Bandung restoran pada tahun 2017 ada sebanyak 370, dan pada tahun 2018 sebanyak 544. Jika dilihat dari data Rumah makan yang ada di Bandung pada tahun 2017 dan 2018 yaitu sebanyak 467. Wilayah Bandung Barat pada tahun 2017 dan 2018 sebanyak 128. BPS mencatat . untuk wilayah Kota Bandung terdapat sebanyak 372 rumah makan pada tahun 2017 dan 467 pada tahun 2018.

Hal tersebut menunjukkan bahwasannya terdapat peningkatan di setiap tahunnya. Semakin banyak pelaku usaha yang mendirikan café ataupun restoran. Oleh karenanya setiap pelaku usaha harus peka terhadap perubahan-perubahan yang ada dan harus menciptakan ide-ide kreatif agar dapat terus mampu bertahan bersaing dengan para pesaing. Tidak hanya pada produknya saja namun setiap café atau restoran harus memperhatikan kualitas layanan perusahaannya agar terus dapat menarik konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen dapat terus

berkunjung dan menjadi loyal terhadap perusahaan serta dapat merekomendasikan café atau restoran kita kepada lingkungannya.

GiggleBox cafe dan resto adalah salah satu café dan resto dari sekian banyak yang ada di kota Bandung dengan mengusung konsep bergaya *American Style*. Saat ini GiggleBox cafe & resto memiliki 12 cabang yang tersebar pesat di kota Bandung yaitu di Bandung Indah Plaza (BIP), Cihampelas Walk, Miko Mall, Festival City Link (FCL), Braga City Walk, Istana Plaza, Terusan Buah Batu, Setia Budi, Gandapura, Trans Studio Mall, Karangsari dan Progo. Sebelumnya GiggleBox café & resto sudah memiliki 15 cabang di Bandung, namun karena adanya wabah pandemic virus Covid-19 yang mengguncang dunia, terlebih Indonesia sehingga membuat GiggleBox café & resto terpaksa harus untuk menutup 3 outletnya. Dengan masih banyaknya cabang GiggleBox café dan resto yang dapat bertahan dan bersaing sekarang ini diharapkan dapat terus melakukan peningkatan kepada *service quality* (kualitas layanan) yang diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri kepada pengunjungnya.



GAMBAR 1. 10

Data Pengunjung GiggleBox Cafe & Resto 2020

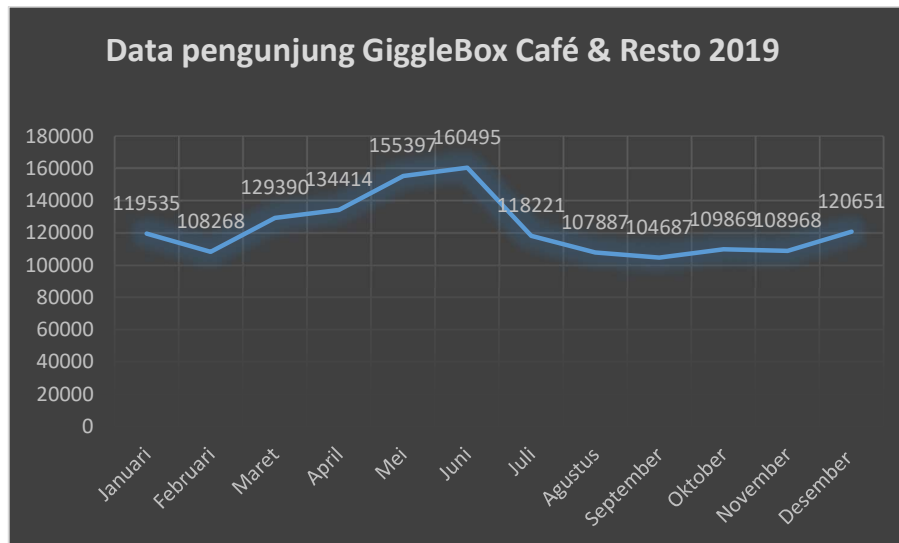
Sumber : Data olahan penulis, 2021.

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwasannya terdapat turun dan naiknya jumlah pengunjung pada GiggleBox café dan resto. Pada Januari terhitung jumlah pengunjung GiggleBox sebanyak 40.790 dan pada Februari terdapat 39.494, artinya terdapat selisih penurunan pengunjung sebanyak 1.296 pengunjung. Pada bulan Maret tercatat ada sebanyak 25.747 pengunjung, yang jika kita lihat lagi terdapat penurunan

kembali pada bulan ini yaitu sebanyak 13.747 pengunjung. Pada 3 bulan awal di tahun 2020 pada kondisi normal GiggleBox café & resto sudah mengalami penurunan jumlah pengunjung yang cukup banyak. Sehingga perlu dievaluasi terkait hal-hal apa saja yang menjadi kekurangan pada GiggleBox café & resto ditahun sebelumnya dan apakah rencana untuk kedepannya agar Gigglebox ini mampu bertahan dan terus maju untuk bersaing dengan para kompetitornya.

Terlebih dimasa pandemi yang tak kunjung usai seperti sekarang ini setiap tempat umum harus memiliki kualitas layanan yang ekstra, sehingga ketika pengunjung datang dapat merasa lebih aman dan terhindar dari virus Covid-19. Karenanya, terdapat aturan-aturan yang mengharuskan setiap café / restaurant untuk tetap menjaga protokol kesehatan. Jumlah pengunjung GiggleBox café & resto sendiri pada tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat signifikan, terlebih adanya *culture shock* pada Indonesia yang mengharuskan warganya untuk terus tetap dirumah saja demi menghindari wabah virus Covid-19.

Naik dan turunnya jumlah pengunjung pada tahun 2020, dapat dibandingkan dengan jumlah pengunjung GiggleBox Café & Resto pada tahun sebelumnya yaitu 2019.



GAMBAR 1. 11

Data Pengunjung GiggleBox Cafe & Resto 2019

Sumber : Data olahan penulis, 2021.

Dapat dilihat pada gambar grafik diatas, bahwasannya pada tahun 2019 jumlah pengunjung di GiggleBox cafe & resto juga naik dan turun. Namun angka yang di

peroleh dalam jumlah kunjungan masih terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan tahun 2020. Jika dilihat kembali, pada tahun 2020 penurunan jumlah pengunjung yang dimulai sejak bulan Maret dapat dikatakan sangat anjlok dikarenakan aturan pemerintah yang mengharuskan masyarakatnya dirumah saja akibat adanya pandemic Covid-19 ini dan tidak melaksanakan kegiatan di luar rumah, khususnya makan *dine in* di Café, Resto maupun rumah makan. “Salah satu poin penting dari pengurangan relaksasi di restoran, pertokoan hingga mall ini terdapat pada kapasitas dan jam operasional. Pertokoan dibatasi hingga pukul 18.00 WIB, Mal pukul 10.00-19.00 WIB, Pasar Tradisional 04.00-12.00 WIB, Restoran dan cafe pukul 06.00-20.00 WIB. Kapasitas diatur seluruhnya hanya 25 persen dari total daya tampung. Kegiatan di restoran, rumah makan, dan cafe tidak diperbolehkan prasmanan atau buffet.” Sumber : <https://news.detik.com/>

Dalam kurun waktu kurang lebih tiga bulan GiggleBox café & resto harus mengikuti aturan yang berlaku dari pemerintah. Selama itu juga GiggleBox café & resto terus berusaha membuat dan menyusun strategi agar dapat terus bersaing dan hanya melayani khusus *take away* saja. Dilihat dari grafik pada Gambar 1.10 menunjukkan bahwasannya pada bulan Juni menunjukkan peningkatan kembali jumlah pengunjung yang artinya meningkat pula jumlah penjualan dan pendapatan. “Pada bulan Juni kita sudah mulai mengoperasikan dan menerima untuk *dine in* lagi di outlet-outlet GiggleBox karena sudah keluar surat keputusan PSBB proporsional sesuai level kewaspadaan daerah kabupaten/kota dari Gubernur Jawa Barat” ungkap Ibu Filly selaku *Human Resource* GiggleBox café & resto melalui wawancara penulis.

Dikutip dari surat keputusan peraturan Gubernur Provinsi Jawa Barat pada Bab IV pasal 12 bagian j yang ditetapkan pada 30 Mei 2020 yang mengatakan bahwasannya sudah boleh dibuka kembali warung makan/ restoran / café namun pada jam operasional dan membatasi jumlah pengunjungnya. “aktivitas di warung makan/restoran/cafe dilaksanakan dengan jam operasional dari jam 07.00-18.00 WIB dengan 50% (lima puluh persen) dari okupansi meja” Sumber : <https://jdih.jabarprov.go.id/>. Dengan adanya penetapan peraturan terbaru dari Gubernur Jawa Barat tersebut, pelan-pelan GiggleBox café & resto mulai bebenah diri dan bangkit kembali dengan mengencarkan promonya dan memulai untuk *dine in* kembali. Terlihat pada grafik

data jumlah pengunjung GiggleBox café & resto 2020 sejak bulan Juni perlahan sudah mulai meningkat kembali.

Jika dilihat pada tahun normal sebelum adanya pandemic Covid-19 pada tahun 2019 Gambar 1.11, banyak pula faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung maupun penurunan pendapatan pada perusahaan sehingga tidak semata-mata penyebab menurunnya jumlah pengunjung ataupun pendapatan atas sebuah perusahaan disebabkan oleh Covid-19 saja, faktor - faktor yang diindikasikan memiliki pengaruh terhadap hal tersebut seperti faktor pelayanan, promosi, inovasi produk yang kurang, dan pesaing yang banyak, sehingga hal tersebut tidak dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang dapat menimbulkan konsumen tidak ingin berkunjung kembali ke GiggleBox café & resto.

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari berbagai perspektif, salah satunya adalah kualitas layanan jasa yang diberikan dari perusahaan kepada konsumennya ataupun pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataannya. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan Kasmir (2017). Kualitas layanan diterapkan pada setiap bisnis yang memiliki aspek pelayanan ke konsumen dan secara langsung berhadapan dengan konsumen. Salah satu contohnya, ialah bisnis café, restoran dan rumah makan. Kualitas layanan dari aspek jasa adalah sangat penting dan tidak bisa diabaikan. Keterlibatan, kompetensi, dan perhatian dalam penerapan kualitas layanan tenaga kerja di berbagai tingkatan dalam restoran menjadi sangat penting dan berpengaruh terhadap penilaian akhir *customer* terkait dengan kepuasan yang mereka dapatkan setelah berkunjung ke restoran tersebut.

Berdasarkan observasi penulis selama menjalankan magang di GiggleBox café & resto, penulis menemukan *complain-complain* yang diutarakan oleh pengunjung kepada GiggleBox café & resto.



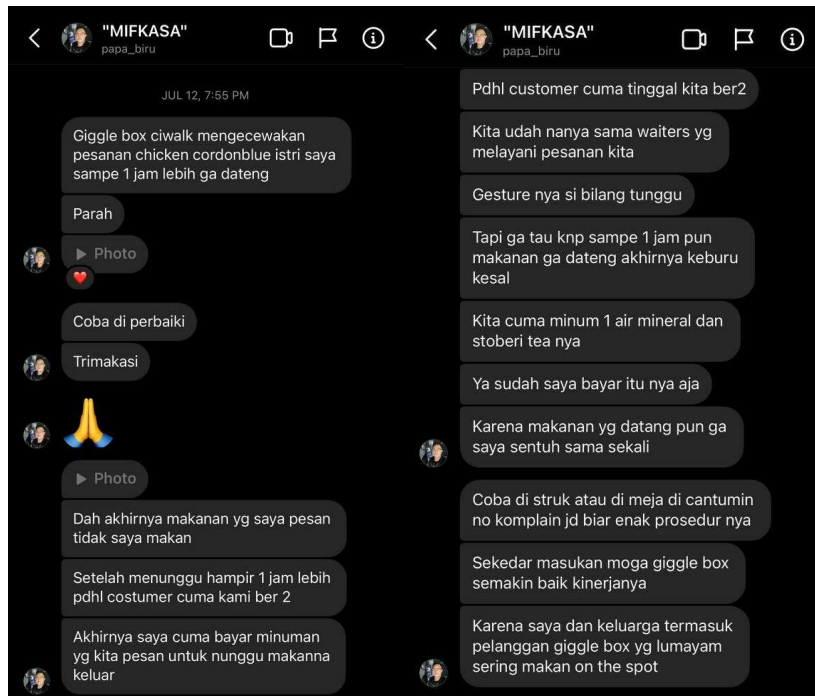
GAMBAR 1. 12

Complain dari pengunjung atas Pelayanan GgiggleBox

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.

Gambar diatas menunjukkan salah satu *complain* dari pengunjung GiggleBox café & resto yang kecewa terhadap pelayan GiggleBox café & resto, dimana pelayan memberikan makanan tidak panas (tidak sesuai dengan standar restoran), dan tidak sengaja masker pengunjung terkena tumpahan kuah saat pelayan ingin menyajikan makanan. Hal tersebut ia sampaikan pada pesan singkat melalui *direct message* instagram resmi @gigglebox_indonesia pada 17 Januari 2021. Pelayanan yang tidak sesuai dan mengecewakan tersebut memiliki dampak yang sangat kuat terhadap reputasi perusahaan, sehingga apabila tidak segera di perbaiki maka akan terus mengakibatkan adanya penurunan pengunjung pada GiggleBox café & resto.

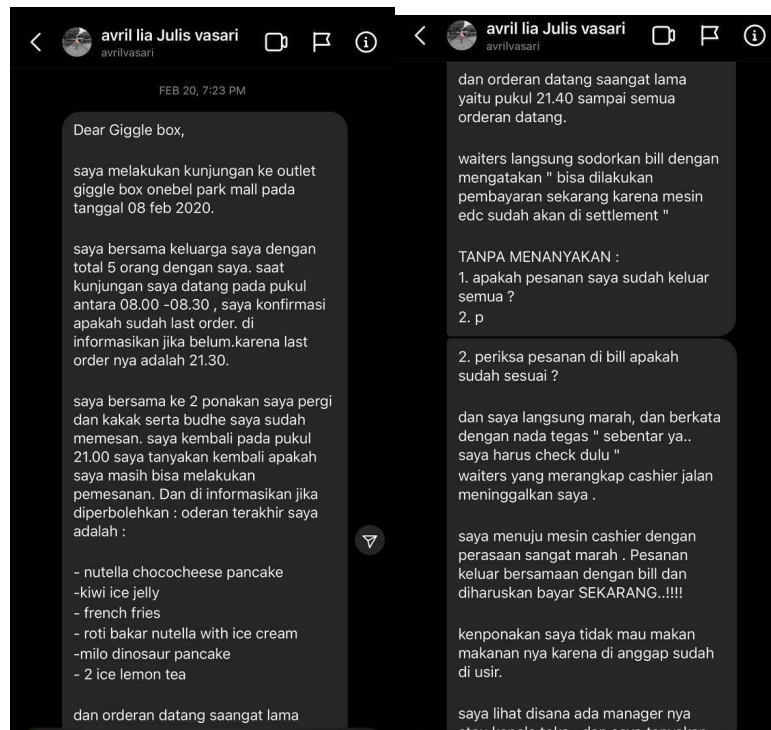
Complain yang terjadi tidak hanya itu saja. Berikut penulis lampirkan beberapa hal serupa yang terjadi kepada GiggleBox café & resto.



GAMBAR 1.13

Complain dari pengunjung atas Pelayanan GgiggleBox

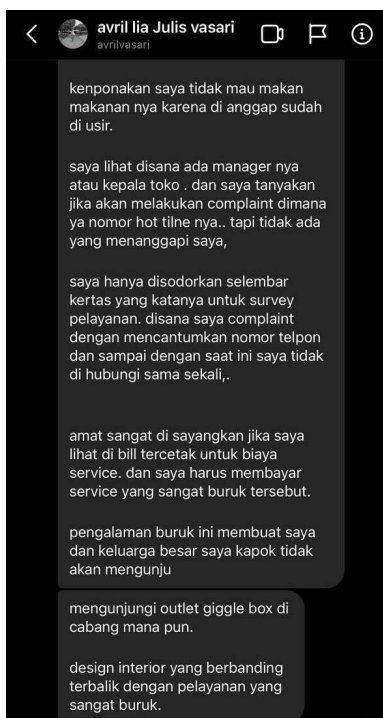
Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1.14

Complain dari pengunjung atas Pelayanan GgiggleBox

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.



GAMBAR 1. 15

Complain dari pengunjung atas Pelayanan GgiggleBox

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2021.

Melalui observasi yang telah dilakukan, didapati penyimpangan - penyimpangan yang dilakukan oleh *waiters* (pelayan) dimana hal tersebut tidak sesuai dengan standar restoran. Keluhan-keluhan yang disampaikan dari pengunjung juga sangatlah beragam mulai dari pelayan yang kurang ramah, pengantaran makanan yang cukup lama, kurangnya komunikasi, kurang *product knowledge*, tidak tanggap, kurang empati dan berbagai isu lainnya. Masalah - masalah dalam pelayanan kepada pelanggan ini sangat penting untuk ditelaah lebih dalam karena akan berdampak kepada penilaian pelanggan terhadap GiggleBox café & resto secara keseluruhan. Oleh karena itu diperlukan upaya perbaikan terhadap *service quality* (kualitas layanan) yang diberikan oleh GiggleBox café & resto terhadap pelanggannya, sehingga pelanggan akan merasakan *customer satisfaction* (kepuasan konsumen) dan pada akhirnya akan melakukan *repeat buying* serta diharapkan dapat memberikan rekomendasi kepada kerabat konsumen untuk melakukan pembelian di GiggleBox café & resto.

Kemampuan penyedia layanan pada suatu perusahaan akan membentuk dampak baik ataupun buruk dari kualitas layanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan pemaparan kasus dan uraian diatas penulis bermaksud untuk

melakukan kajian berbentuk penelitian tentang *Service Quality* dan *Customer Satisfaction* pada pelanggan GiggleBox Café & Resto dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan judul “**TINJAUAN METODE IPA UNTUK MENGUKUR *CUSTOMER SATISFACTION* BERDASARKAN DIMENSI SERVQUAL (STUDI KASUS PADA PELANGGAN GIGGLEBOX CAFÉ & RESTO BANDUNG TAHUN 2021)**”

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana harapan konsumen atas *service quality* yang telah diberikan oleh Gigglebox Café & Resto ?
2. Bagaimana kinerja atas *service quality* yang diberikan oleh GiggleBox Café & Resto ?
3. Bagaimana tingkat *customer satisfaction* atas *service quality* yang diberikan oleh Gigglebox Café & Resto ?
4. Atribut apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan *service quality* pada Gigglebox Café & Resto ?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui harapan konsumen atas *service quality* yang telah diberikan oleh Gigglebox Café & Resto
2. Untuk mengetahui kinerja atas *service quality* yang diberikan oleh GiggleBox Café & Resto
3. Untuk mengetahui tingkat *customer satisfaction* atas *service quality* yang diberikan oleh Gigglebox Café & Resto
4. Untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan *service quality* pada Gigglebox Café & Resto

1.5 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penulis berharap ini dapat menjadi sumbangan penelitian baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis (Keilmuan)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dalam dunia pendidikan untuk menambah ilmu pengetahuan tentang manajemen pemasaran. Sebagai dokumentasi untuk melengkapi penelitian-penelitian sebelumnya dan memberikan pengetahuan terkait pengaruh *service quality* terhadap tingkat *customer satisfaction* Gigglebox Café & Resto, serta menambah wawasan lebih kepada pembaca dan memberikan pengetahuan tentang teori – teori yang ada dapat dikembangkan menurut kebutuhan dan keadaan yang terjadi mengingat ilmu *marketing* sangat dinamis.

2. Manfaat Praktis (Guna laksana)

Hasil penelitian bagi perusahaan CV. Karya Terang Perdana (Gigglebox café & resto) diharapkan dapat menjadi referensi perusahaan untuk membuat program – program pengembangan *service quality* perusahaan, pengukuran *customer satisfaction*, dan program lainnya yang dapat membantu perusahaan untuk terus dapat maju dan mempertahankan keberlangsungan perusahaannya dalam jangka panjang.

1.6 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian yang dilakukan menjadi fokus pada tujuan penelitian, maka penulis membatasi penelitian sesuai dengan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah pelanggan Gigglebox Café & Resto Bandung
2. Penelitian ini hanya membahas *service quality* dan *customer satisfaction* pada Gigglebox Café & Resto Bandung
3. Analisis dibatasi dengan menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA).
4. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari s/d Juli 2021.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk dapat mempermudah dalam memahami dan menelusuri isi dari penulisan penelitian ini, maka sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian ini yang lebih jelas dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan penjelasan secara umum mengenai objek studi penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, pembatasan masalah serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab dua ini berisikan dengan jelas teori-teori mengenai hasil kajian pustaka kepustakaan yang terkait dengan masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab tiga ini berisikan tentang pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data serta uji keabsahan data yang diperoleh. Sehingga dapat menjawab dan menjelaskan masalah dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab empat ini berisikan mengenai penjelasan deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima ini berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran maupun rekomendasi yang diharapkan dapat bermanfaat baik bagi perusahaan ataupun pihak lain yang membutuhkan.