

## ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang pesat, dipengaruhi oleh tren dan minat masyarakat yang didominasi oleh kaum muda dan dewasa, serta didorong oleh promosi melalui media sosial. Namun, persaingan yang ketat di industri ini menghadirkan tantangan tersendiri, termasuk di Bandung yang dikenal sebagai destinasi kuliner. House of Tjihapit, salah satu pelaku usaha di bidang ini, mengalami penurunan minat pelanggan untuk kembali, yang diperparah dengan ulasan negatif terkait layanan yang tidak siap, makanan yang tidak sesuai harapan, dan menu yang tidak lengkap.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan di House of Tjihapit menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Berdasarkan analisis deskriptif, ekspektasi pelanggan terhadap kualitas layanan sebesar 78% dan dianggap “Sesuai,” sedangkan persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual menunjukkan kepuasan sebesar 80%. Meskipun hasil analisis IPA menunjukkan bahwa beberapa atribut layanan telah melebihi harapan pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 102,88%, masih ada masalah yang perlu diidentifikasi dan diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua atribut utama dalam kuadran A yang memerlukan perbaikan, yaitu penanganan masalah layanan dan keamanan transaksi. Selain itu, empat atribut dalam kuadran D yang berlebihan perlu dikurangi, seperti penggunaan peralatan modern dan konsistensi kesopanan. Implementasi rekomendasi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas pelanggan di House of Tjihapit.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis*