

## ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya pola kehidupan masyarakat, khususnya di kota pada saat ini telah mengalami perubahan gaya hidup. Kedai atau warung kopi telah menjadi fenomena yang mewarnai pola kehidupan masyarakat Indonesia sebagai bentuk perubahan gaya hidup. Salah satu keunggulan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk jasa seperti kedai kopi adalah dengan menciptakan dan meningkatkan pelaksanaan kualitas pelayanan.

Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas pelayanan yang diharapkan dan kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di Starbucks Coffee Bandung. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 400 responden.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan kualitas pelayanan Starbucks Coffee berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Bandung. Sedangkan untuk hasil uji hipotesis secara parsial didapat bahwa variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 80,8% dan sisanya sebesar 19,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kesimpulan penelitian ini, pelaksanaan kualitas pelayanan di Starbucks Coffee Bandung sudah masuk ke dalam kategori baik, namun ada beberapa aspek yang akan lebih baik jika dilakukan perbaikan dalam variabel ketanggapan (*responsiveness*) seperti, mengembangkan pelatihan kepada para barista dalam menangani keluhan pelanggan dan kesiapan para barista dalam melayani pelanggan ketika situasi sedang ramai.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Ketanggapan, Starbucks Coffee**

## **ABSTRACT**

*Along with the development of the pattern of community life, the urban community is currently experiencing a lifestyle change. Coffee shop has become a phenomenon that has colored pattern of Indonesian society as a form of lifestyle change. One of the advantages that can improve customer satisfaction with service products such as coffee shops is to create and improve the quality of service implementation.*

*Service quality is the level of excellence expected and control over the level of excellence to meet customer desires. In other words, there are two main factors that affect the quality of service, the expected service and perceived service or the quality of service expected and the quality of services received or perceived.*

*This research is aims to know the response of costumer regarding the implementation of service quality and costumer satisfaction in Starbucks Coffee Bandung. The methods used in is quantitative methods with this type of research is causal study. Sample taken by non-probabilty sampling with the type of qouta sampling and insidental sampling with 400 respondents. Then, for The data analysis used in this research is descriptive analysis and multiple liner regression analysis.*

*Based on the results of hypothesis testing to simultaneously Service Quality Starbucks Coffee positive and significant effect on consumer satisfaction in Bandung. Based on the results of the test of the hypothesis partially obtained variable tangible, reliabilty, assurance, and empathy a positive and significant impact on consumer purchasing decisions. While for based on the coefficient of determination is obtained that servicescape is able to explain the consumer satisfactionby 80,2% and the rest of 19,2%.*

*Conclusion of this research, the implementation of Service Quality in the Starbucks Coffee Bandung is already in good categories, but there are some aspects that it will be better if do the improvement in responsiveness variabel such as develop training for baristas to handle customer complaints and alertness of the baristas in serving customers when the situation is crowded.*

**Key Words :Service Quality, Consumer Satisfaction, Responsiveness, Starbucks Coffee**