

## Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan salah satu cara untuk bertahan dan memenangkan persaingan bisnis sejenis yang semakin ketat. Kepuasan konsumen merupakan hasil antara perbandingan dengan apa yang diterima dengan yang diharapkan dan salah satu faktor yang mempengaruhinya adalah kualitas pelayanan. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengunjung *coffee shop* di Yogyakarta. Subjek penelitian ini berjumlah 50 orang dengan kriteria konsumen yang berdomisili di Yogyakarta dan pernah berkunjung ke *coffee shop* di Yogyakarta minimal sebanyak tiga kali. Pengambilan subjek menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan Skala Kepuasan Konsumen dan Skala Kualitas Pelayanan. Hasil analisis dengan uji korelasi *product moment* kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengunjung *coffee shop* di Yogyakarta menunjukkan nilai koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,652 dengan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,050$ ). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima dan terbukti bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada pengunjung *coffee shop* di Yogyakarta. Semakin positif kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Sebaliknya, semakin negatif kualitas pelayanan, semakin rendah pula tingkat kepuasan konsumen.

**Kata kunci :** Kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, *coffee shop* di Yogyakarta

### ***Abstract***

*Customer satisfaction is one of the way how to survive and win the increasingly fierce competition in similar businesses. Consumer satisfaction is the result between comparison with what is received and what is expected and one of the factors that influence it is the quality of service. The hypothesis proposed in this study is that there is a positive relationship between service quality and customer satisfaction for coffee shop visitors in Yogyakarta. The subjects of this research are 50 people with criteria of consumers who live in Yogyakarta and have been to a coffee shop in Yogyakarta at least three times. Taking the subject using purposive sampling method. The data collection of this research uses the Consumer Satisfaction Scale and the Service Quality Scale. The results of the analysis with the product moment correlation test of service quality and customer satisfaction on coffee shop visitors in Yogyakarta show the correlation coefficient ( $r_{xy}$ ) = 0.652 with a significance of  $p = 0.000$  ( $p < 0.050$ ). This shows that the hypothesis in this study can be accepted and it is proven that there is a positive relationship between service quality and customer satisfaction for coffee shop visitors in Yogyakarta. The higher the quality of service, the higher the level of customer satisfaction. Conversely, the lower the quality of service, the lower the level of customer satisfaction.*

**Keywords** : *Service quality, customer satisfaction, coffee shop in Yogyakarta*