

ABSTRAK

Persaingan yang begitu ketat antar warung makan maupun restoran menuntut pemilik untuk lebih cerdas dalam mengolah bisnis mereka demi kepuasan pelanggan. Tidak jarang bisnis kuliner mengalami gulung tikar karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat serta kualitas pelayanan yang kurang optimal. Menurut Dwi Aryani, selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan kualitas pelayanan yang optimal juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan untuk meningkatkan reputasi bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana tingkat kepuasan pelanggan di Warung Makan Ayam Geprek Mbok Moro yang berlokasi di Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) dengan menggunakan 5 Dimensi Kualitas Pelayanan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Langsung. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode observasi dan penyebaran kuesioner sebanyak 70 responden yang diambil pada jam buka warung makan ini. Data dari penelitian ini kemudian dibagi ke dalam 4 kuadran yang nantinya akan menunjukkan kepuasan dari para pelanggan warung ini.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, IPA, CSI.