

ABSTRAK

Coffee Shop berkembang akibat meningkatnya kebiasaan minum kopi pada masyarakat Indonesia. Selain itu tidak sedikit dari pelaku usaha tersebut juga menjadikan fenomena tersebut sebagai ajang memperkenalkan produk kopi yang berasal dari Indonesia pada dunia. Di Indonesia para penikmat kopi tidak mengenal usia di mana terdapat dari usia muda hingga dewasa yang menjadikan kebiasaan meminum kopi menjadi kebiasaan dalam menemani kegiatan harian mereka. Selain menyajikan rasa kopi yang berbeda dari Coffe shop lain, perusahaan harus menyediakan tempat, fasilitas, desain interior, pelayanan yang berbeda dari Coffe Shop lainnya. Penelitian ini dilakukan di Warkop Bardiman. Warkop Bardiman merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang industri Coffe shop. Warkop Bardiman Kopi menjual berbagai macam jenis kopi dari Arabica dan banyak tersedia di Warkop Bardiman dengan berbagai macam varian. Menju Industri melakukan operasi sejak tanggal 24 April 2014, di mana Warkop Bardiman ini beralamat pada Jl. Seturan Raya, Kav. Madukismo No.31, Yogyakarta. Pada penelitian ini akan mencoba mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Warkop Bardima. Terdapat 20 atribut dalam penelitian ini, kemudian melalui kuesioner dengan menggunakan metode SERVQUAL untuk mengetahui nilai Gap terbesar dalam atribut kemudian diintegrasikan dengan metode CSI untuk melihat tingkat kepentingan pada tiap dimensi dan atribut. Atribut yang harus ditingkatkan adalah dekorasi tempat yang bias untuk kalangan semua umur, kejelasan informasi di buku menu, kecepatan waktu penyajian yang sesuai, ketepatan karyawan dalam memberikan informasi menu, dan kesediaan karyawan dalam mendampingi pelanggan dalam memilih menu. Hasil penelitian berupa saran atau usulan terhadap atribut-atribut yang diprioritaskan untuk ditingkatkan.

Kata kunci : *Coffee Shop, CSI, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL.*