

Abstraksi

Sikap yang harus ditempuh oleh pelaku bisnis dalam persaingan yang tinggi ini adalah mencari strategi yang tepat mumpung dalam bisnis yang digelutinya. Banyak perusahaan yang secara progresif mencari pola manajemen strategi yang dianggap paling efektif untuk mensiasati permasalahan tersebut

Dengan memahami apa harapan dan keinginan konsumen dari suatu jasa maka akan didapat suatu nilai tambah tersendiri bagi suatu industri.

Suatu pelayanan yang diberikan secara umum dan rutin adalah bentuk pelayanan biasa yang dilakukan oleh semua kegiatan usaha kepada konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan pada Tropis Café Resto dapat menjadi contoh bagi pelaku bisnis menyusun strategi pemasaran dan penyempurnaan kegiatan pelayanan

Dalam penelitian ini digunakan dua variable, yaitu variable bebas dan variable terikat, dimana variable bebas adalah kualitas pelayanan jasa dengan lima variable yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empaty*. Sedangkan variable terikatnya adalah tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan untuk analisis data penelitian, penulis melakukan dengan menggunakan analisis dan pembahasan pada setiap variabel dan pendekatan analisis diskriptif dan analisis kuantitatif dengan metode *importance performance analisis* untuk mengetahui kepuasan konsumen.

Hasil penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi jasa Tropis Café Resto menunjukkan bahwa konsumen puas terhadap pelayanan jasa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rasio kesesuaian yang dicapai lebih dari 100% yaitu 105.5%. Sedangkan untuk tiap dimensi atau variable, dimensi yang menunjukkan tingkat kepuasan konsumen yang paling tinggi adalah dimensi *assurance*, dengan nilai rasio kesesuaian yang dicapai lebih dari 100% yaitu 110.1%. Dengan demikian citra Tropis Café Resto yang sudah baik dapat dipertahankan dengan cara perusahaan tetap berorientasi pada kepuasan konsumen dan meletakkan orientasi tersebut menjadi strategi yang berkelanjutan