ABSTRAK

Di Indonesia sektor bisnis coffee shop sangat banyak dijumpai diberbagai daerah, terutama di Kota Bandung yang sebagian besar terdapat sektor bisnis coffee shop. Semakin maraknya industri ini, maka tingkat persaingan tidak dapat dihindari oleh para pelaku bisnis tersebut. Dengan demikian para pelaku bisnis perlu meningkatkan kepuasan konsumen dengan melihat pada aspek lokasi dan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen De'Medellin Coffee Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan cara pembagian kuesioner kepada 100 responden yaitu konsumen De'Medellin Coffee. Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 25.0. Adapun hasil penelitian ini didapat lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen De'Medellin Coffee Bandung.

Kata Kunci : Lokasi,Kualitas Pelayanan,Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

In Indonesia, the coffee shop business sector is very much found in various regions, especially in the city of Bandung, where there are mostly coffee shop business sectors. With the rise of this industry, the level of competition cannot be avoided by these business actors. Thus business people need to increase customer satisfaction by looking at aspects of location and service quality. The purpose of this study was to determine the effect of location and service quality on customer satisfaction of De'Medellin Coffee Bandung. This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents, namely De'Medellin Coffee consumers. This type of research is quantitative research. While the research methods used are descriptive and verification. Data processing was carried out using SPSS Version 25.0. The results of this study obtained that location and service quality have a significant effect on the De'Medellin Coffee Bandung customer satisfaction variable.

Keywords : *Location, Service Quality, Customer Satisfaction.*