

ABSTRAK

Canary Coffee Shop adalah *coffee shop* yang menyediakan makanan dan minuman kopi khas Indonesia akan tetapi, mengingat persaingan bisnis industri *coffee shop* yang semakin ketat di era saat ini, memiliki kopi yang enak saja tidaklah cukup untuk memperebutkan pangsa pasar. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan serta mempertahankan kualitas layanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan agar pelanggan menjadi loyal, selain itu strategi pemasaran sangatlah penting untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan dilakukan penelitian menggunakan integrasi *SERVQUAL*, Kano dan QFD untuk memperbaiki kualitas layanannya dan menggunakan analisis SWOT, kuesioner pemasaran dan *Extended Marketing Mix* untuk merancang strategi pemasaran yang tepat.

Survei awal dilakukan untuk menentukan atribut-atribut yang digunakan pada bagian kuesioner *SERVQUAL* dengan memodifikasi dan menggunakan metode *DINESERV* yang sesuai untuk *Canary Coffee Shop*. Kemudian, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *SERVQUAL* dan Kano kepada 81 pelanggan *Canary Coffee Shop* dan kuesioner pemasaran kepada 37 pelanggan potensial. Hasil kuesioner *SERVQUAL* tersebut dilakukan pengolahan data *gap 5* dan menghitung skor kepuasan pelanggan. Selanjutnya, dilakukan pengkategorian atribut layanan dengan metode Kano, yaitu *attractive*, *one dimensional*, *must be* dan *indifferent*. Namun, atribut yang diperbaiki lebih lanjut adalah atribut berkategori *attractive*, *one dimensional* dan *must be*. Integrasi metode *SERVQUAL* dan Kano dilakukan untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Dari 20 atribut layanan pada akhirnya terdapat 4 atribut yang menjadi prioritas untuk diperbaiki, diantaranya 2 atribut kategori *Attractive*, 1 atribut kategori *One Dimensional*, lalu 1 atribut kategori *Must Be*.

Usulan perbaikan layanan menggunakan metode QFD dan rancangan strategi pemasaran menggunakan analisis SWOT, kuesioner pemasaran, dan *Extended Marketing Mix*. Berdasarkan hasil dari QFD terdapat 5 usulan perbaikan yang menjadi prioritas dalam perbaikan layanan, yaitu melakukan perbaikan pada daftar menu, memberikan pelatihan kepada karyawan secara rutin, melakukan pemeliharaan dan kalibrasi terhadap alat dan mesin kopi, mencari *supplier* biji kopi lain untuk mendapatkan kualitas yang baik dengan harga sesuai, serta melakukan *briefing* dan evaluasi sebelum dan sesudah jam operasional. Sedangkan untuk strategi pemasaran terdapat 5 rancangan strategi, yaitu mengoptimalkan teknologi informasi sebagai sarana promosi dan memperkenalkan *brand image*, melakukan pelaksanaan promosi atau diskon yang menarik, mengikuti karyawan *barista* dalam kompetisi mewakili *brand image*, memperkenalkan produk biji kopi *Canary Coffee Shop* dan mengeksistensikan keunikan biji kopi tersebut, serta mengikuti dan mengadakan *event* khusus.

Kata kunci: *SERVQUAL*, *DINESERV*, Kano, QFD, *Extended Marketing Mix*, *coffee shop*.