

**FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP ASPEK  
KUALITAS LAYANAN DI UNO UNO *COFFEE* AND RESTO**

**TUGAS AKHIR**

**Hasyim Assegaf**

**223404516028**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2026**

**FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP ASPEK  
KUALITAS LAYANAN DI UNO UNO *COFFEE* AND RESTO**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata  
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**TUGAS AKHIR**

**Hasyim Assegaf**

**223404516028**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA**

**2026**

# LEMBAR PERNYATAAN

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

### FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP ASPEK KUALITAS LAYANAN DI UNO UNO COFFEE AND RESTO

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 10 Februari 2026

  
METERAL TEMPEL  
21A7FAJX7462414Y6  
Hasyim Assegaf

NPM : 223404516028

# LEMBAR PERSETUJUAN

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Proposal Tugas Akhir : **FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN  
TERHADAP ASPEK KUALITAS LAYANAN  
DI UNO UNO COFFEE AND RESTO**

Nama Mahasiswa : Hasyim Assegaf  
Nomor Pokok : 223404516028  
Program Studi : Pariwisata

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. B. Syarifuddin Latif, S.H., M.H.)

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Pariwisata

(Dr. Ramang Husin Demolingo, S.S., M.Par.)

Jakarta, 12 Februari 2026

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP ASPEK KUALITAS PELAYANAN DI UNO UNO COFFEE AND RESTO**

Nama Mahasiswa : Hasyim Assegaf

Nomor Pokok : 223404516028

Program Studi : Pariwisata

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir**



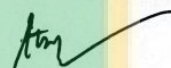
(Dr. B. Syarifuddin Latif, S.H., M.H.)

**Ketua Penguji**



(Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par)

**Anggota/Penguji**



(Ardi Mulasari, S.Pd., M.Pd.)

**Mengetahui,**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta, 10 Februari 2026

Tanggal Lulus:

## ABSTRAK

### FENOMENA PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP ASPEK KUALITAS LAYANAN DI UNO UNO *COFFEE* AND RESTO

Oleh:

Hasyim Assegaf

NPM: 223404516028

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Syarifuddin Latif, S.H., M.H

Penelitian ini di latar belakang oleh fenomena meningkatnya penjualan mainan, khususnya Tamiya, di marketplace yang kini semakin diminati masyarakat. Dalam persaingan yang ketat, penting bagi penjual untuk memprioritaskan kualitas layanan, kualitas produk dan strategi harga yang kompetitif untuk mencapai loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan dianggap penting untuk kelangsungan bisnis, karena pelanggan yang loyal biasanya melakukan pembelian berulang serta merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan mempertimbangkan peran mediasi kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas layanan dan harga memengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung, sementara kualitas produk memerlukan mediasi kepuasan pelanggan untuk memengaruhi loyalitas.

**Kata kunci:** Harga, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

## ABSTRACT

### ***THE PHENOMENON OF CUSTOMER EXPERIENCE TOWARDS SERVICE QUALITY ASPECTS AT UNO UNO COFFEE AND RESTO***

***By:***

***Hasyim Assegaf***

***NPM : 223404516028***

***Final Assignment, under the guidance of Syarifuddin Latif, S.H., M.H***

*This research is motivated by the increasing sales of toys, particularly Tamiya, in the marketplace, which are now increasingly in demand by the public. In a highly competitive environment, it is crucial for sellers to prioritize service quality, product quality, and competitive pricing strategies to achieve customer loyalty through customer satisfaction. Customer loyalty is considered crucial for business continuity, as loyal customers typically make repeat purchases and recommend products or services to others. The purpose of this study is to analyze the influence of service quality, product quality, and price on customer loyalty, considering the mediating role of customer satisfaction. The results show that service quality, product quality, and price have a significant positive effect on customer satisfaction, which in turn influences customer loyalty. Service quality and price directly influence customer loyalty, while product quality requires the mediation of customer satisfaction to influence loyalty.*

***Keywords: Price, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty***

## KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat serta hidayah yang telah dilimpahkan, sehingga proposal ini dapat terselesaikan. Proposal ini berjudul **“Fenomena Pengalaman Pelanggan terhadap Aspek Kualitas Layanan Di Uno Uno Coffee and Resto”** ditulis sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional.

Proses penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan, bimbingan, arahan, dan dukungan yang tulus dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Dr. Ramang Husin Demolingo, S.S., M.Par. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
5. Bapak B. Syarifuddin Latif, S.H., M.H. selaku Wakil Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional serta dosen pembimbing
6. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S.S.T.PAR., M.M. sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari awal semester sampai selesainya masa perkuliahan.
7. Kepada Dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan masukan pada Seminar Proposal.
8. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional Jakarta yang sudah mengajarkan ilmu dan perhatiannya kepada Peneliti.

9. Kepada Pemilik Uno Uno Coffee and Resto atas kesediaannya memberikan informasi yang sangat berharga sebagai bagian dari data penelitian dalam Tugas Akhir ini.
10. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Maman Abdurahman dan Ibu Farida Alatas, atas cinta, doa, perhatian, serta dukungan moral dan materil yang tiada henti, yang menjadi kekuatan utama penulis hingga sampai pada tahap ini.
11. Kepada kakak penulis Sholeh Assegaf, yang menjadi sumber inspirasi dan motivasi dalam menempuh pendidikan ini.
12. Kepada Sri Maharani Denishaputri yang dengan penuh ketulusan telah menemani proses ini, memberikan semangat, mendengarkan setiap keluh kesah, serta membantu penulis menyelesaikan berbagai tantangan yang muncul selama penelitian berlangsung.
13. Kepada rekan-rekan satu bimbingan yang telah berbagi semangat, saling membantu, serta berjalan bersama melewati berbagai proses, khususnya pada saat penyusunan proposal.
14. Kepada seluruh teman seperjuangan angkatan 2022 dan sahabat-sahabat dekat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang terus mereka berikan hingga hari ini.

Akhir kata, ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam membantu penyelesaian tugas akhir ini. Peneliti mengakui adanya berbagai kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan ini. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi masyarakat, akademisi, serta khalayak luas. Kritik dan saran dari pembaca sangat diharapkan dan dapat disampaikan langsung melalui email peneliti.

Jakarta Selatan, 11 Oktober 2025

Penulis,

Hasyim Assegaf

NPM : 223404516028

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
A. Teori yang Terkait dengan Variabel.....	8
1. Pengalaman pelanggan.....	8
<b>2. Kualitas Pelayanan</b> .....	<b>10</b>
3. Faktor Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan .....	13
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Kerangka Analisis .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
A. Objek Penelitian.....	19
1. Lokasi Penelitian.....	19
2. Waktu Penelitian .....	19
B. Rencana dan Tahapan Penelitian.....	19
C. Data Penelitian .....	20

1. Sumber Data Dan Jenis Data .....	20
2. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	21
D. Teknik Analisis.....	23
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
A. Hasil Penelitian .....	25
1. Deskripsi Data Penelitian dan Karakteristik Responden.....	27
2. Gambaran Data Pengunjung Uno Uno Coffee & Resto .....	33
3. <b>Hasil Wawancara Pelanggan .....</b>	<b>34</b>
4. <b>Hasil Wawancara Pengelola dan Staff.....</b>	<b>38</b>
5. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kualitas Layanan 41	
B. Pembahasan.....	48
1. Analisis Kualitas Pelayanan Berdasarkan Lima Dimensi .....	50
2. Pengalaman Pelanggan.....	56
3. Analisis SWOT terhadap Kualitas Pelayanan .....	58
4. Implikasi Teoritis dan Praktis dari Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan .....	66
B. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Analisis .....	16
Gambar 5.1 Dokumentasi Uno-Uno Coffee & Resto .....	86
Gambar 5.2 Dokumentasi Uno-Uno Coffee & Resto 2 .....	86
Gambar 5.3 Dokumentasi Uno-Uno Coffee & Resto 3 .....	87
Gambar 5.4 Dokumentasi Uno-Uno Coffee & Resto 4 .....	87
Gambar 5.5 Dokumentasi dengan Owner Uno-Uno .....	87
Gambar 5.6 Dokumentasi dengan Manager Uno-Uno .....	88
Gambar 5.7 Dokumentasi dengan Staff 1 & 2 Uno-Uno .....	88
Gambar 5.8 Dokumentasi dengan Pelanggan (Ridho) .....	88
Gambar 5.9 Dokumentasi dengan Pelanggan (Jafar) .....	89
Gambar 5.10 Dokumentasi dengan Pelanggan (Fadhel) .....	89
Gambar 5.11 Dokumentasi dengan Pelanggan (Husein) .....	89
Gambar 5.12 Dokumentasi dengan Pelanggan (Rakha) .....	90



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3.1 Rencana dan Tahapan Penelitian .....	17
Tabel 4.1 Tabel 4.1 Matriks SWOT Kualitas Pelayanan .....	59
Tabel 5.1 Wawancara dengan Owner .....	65
Tabel 5.2 Wawancara dengan Manager .....	68
Tabel 5.3 Wawancara dengan Staff 1 .....	73
Tabel 5.4 Wawancara dengan Staff 2 .....	75
Tabel 5.5 Wawancara dengan Pelanggan 1 .....	77
Tabel 5.6 Wawancara dengan Pelanggan 2 .....	79
Tabel 5.6 Wawancara dengan Pelanggan 3 .....	81
Tabel 5.7 Wawancara dengan Pelanggan 4 .....	83
Tabel 5.8 Wawancara dengan Pelanggan 5 .....	84

