

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kontradiksi antara ulasan negatif konsumen di platform digital (Google Maps) terkait aroma dan fasilitas dengan upaya perbaikan layanan yang dilakukan manajemen Sobahollic Café. Fenomena ini menciptakan tantangan dalam menjaga konsistensi citra merek di tengah ketatnya persaingan industri kuliner di Kota Serang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam konstruksi persepsi konsumen terhadap kualitas layanan dan efektivitas strategi *service recovery* pada Sobahollic Café melalui instrumen lima manfaat persepsi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *service recovery* yang dilakukan manajemen melalui perbaikan bukti fisik (*physical evidence*) dan kualitas pelayanan terbukti efektif mengubah skema persepsi negatif konsumen menjadi positif. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa perbaikan kualitas layanan yang konsisten berkontribusi besar dalam meningkatkan minat kunjungan ulang serta loyalitas pelanggan secara berkelanjutan melalui keunikan konsep *Japan Fusion* dan estetika interior.

Sebagai saran, manajemen diharapkan mampu menjaga konsistensi standar operasional sensorik khususnya kebersihan dan aroma, serta lebih proaktif dalam mengelola reputasi digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif guna mengukur tingkat kepuasan secara lebih generalis.

Kata Kunci: persepsi konsumen, *service recovery*, kafe, industri kuliner.

ABSTRACT

This research is motivated by the contradiction between negative consumer reviews on digital platforms (Google Maps) regarding aroma and facilities with the service recovery efforts implemented by Sobahollic Café management. This phenomenon creates challenges in maintaining brand image consistency amidst the intense competition of the culinary industry in Serang City.

This study aims to analyze in depth the construction of consumer perceptions regarding service quality and the effectiveness of service recovery strategies at Sobahollic Café using the five benefits of perception instrument. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation.

The results indicate that the service recovery strategy implemented by management through improvements in physical evidence and service quality has proven effective in transforming negative consumer perception schemes into positive ones. The conclusion of this study shows that consistent improvement in service quality significantly contributes to increasing repurchase intention and customer loyalty through the uniqueness of the Japan Fusion concept and interior aesthetics.

As a suggestion, management is expected to maintain consistent sensory operational standards, especially cleanliness and aroma, and be more proactive in managing digital reputation. For future researchers, it is recommended to develop this study using a quantitative approach to measure satisfaction levels more generally.

Keywords: consumer perception, service recovery, cafe, culinary industry.

ABSTRAK

Ieu panalungtikan dikasangukungan ku ayana kontradiksi antawis ulasan négatif ti palanggan dina platform digital (*Google Maps*) perkawis aroma sareng fasilitas, sareng upaya pangoméan layanan anu parantos dilakukeun ku manajemén Sobahollic Café. Ieu fénoména nyiptakeun tantangan dina ngajagi konsistensi citra mérek di tengah silih poyokna persaingan industri kuliner di Kota Serang.

Ieu panalungtikan gaduh tujuan kanggo nganalisis kalayan jero konstruksi persépsi konsumén kana kualitas layanan sareng éféktivitas stratégi *service recovery* di Sobahollic Café ngalangkungan instrumén lima mangpaat persépsi. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kualitatif déskriptif kalayan téknik ngumpulkeun data ngalangkungan observasi, wawancara jero, sareng dokumentasi.

Hasil panalungtikan némbongkeun yén strategi *service recovery* anu dilakukeun ku manajemén ngalangkungan pangoméan bukti fisik (*physical evidence*) sareng kualitas palayanan kabuktian éféktif ngarobah skéma persépsi négatif konsumén janten positip. Kacindekan tina ieu panalungtikan némbongkeun yén pangoméan kualitas layanan anu konsistén méré kontribusi ageung dina ngaronjatkeun minat sumping deui sareng kasatiaan palanggan sacara tuluy-tumuluy ngalangkungan kaunikan konsép Japan Fusion sareng éstétika interior.

Minangka saran, manajemén dipiharep tiasa ngajagi konsisténsi standar operasional sénsorik hususna kabersihan sareng aroma, sarta langkung proaktif dina ngatur reputasi digital. Kanggo panalungtik salajengna, disarankeun kanggo ngembangkeun ieu panalungtikan nganggo pamandangan kuantitatif kanggo ngukur tingkat kapuasan sacara langkung umum.

Kecap Konci: persépsi konsumén, *service recovery*, kafe, industri kuliner.