

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL BAHASA INDONESIA .....	i
HALAMAN JUDUL BAHASA INGGRIS .....	ii
HALAMAN JUDUL .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
DAFTAR ISTILAH .....	xix
ABSTARCT .....	xxi
INTISARI .....	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Tinjauan Pustaka .....	5
1.6 Landasan Teori .....	8
1.7 Metode Penelitian .....	13
1.8 Sistematika Penulisan .....	25

## BAB II GAMBARAN UMUM STARBUCKS COFFEE

2.1 Profil Starbucks Coffee .....	26
2.1.1 Sejarah Starbucks Coffee .....	26
2.1.2 Logo Starbucks Coffee .....	29
2.1.3 Visi dan Misi Starbucks Coffee .....	31
2.1.4 Starbucks Coffee Malioboro Yogyakarta .....	33
2.1.4.1 Profil .....	33
2.1.4.2 Struktur Manajemen .....	36
2.1.4.3 Fasilitas .....	37
2.1.4.4 Aksesibilitas .....	42
2.2 Konsep Pelayanan Prima ( <i>Service Excellence</i> ) di Starbucks Coffee .....	43

## BAB III ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP PELAKSANAAN PELAYANAN PRIMA (*SERVICE EXCELLENCE*) BARISTA DI STARBUCKS COFFEE MALIOBORO YOGYAKARTA

3.1 Karakteristik Responden	
3.1.1 Jenis Kelamin .....	49
3.1.2 Usia .....	50
3.1.3 Tingkat Pendidikan Terakhir .....	51
3.1.4 Jenis Pekerjaan .....	52
3.1.5 Frekuensi Kunjungan .....	53
3.1.6 Tujuan Kunjungan .....	54
3.1.7 Penghasilan Per Bulan .....	55
3.2 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Pelaksanaan Pelayanan Prima ( <i>Service Excellence</i> ) Barista di Starbucks Coffee Malioboro Yogyakarta	
3.2.1 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Kemampuan ( <i>Ability</i> ) Barista .....	56
3.2.2 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Sikap ( <i>Attitude</i> ) Barista .....	61

3.2.3 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Penampilan ( <i>Appearance</i> ) Barista .....	70
3.2.4 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Perhatian ( <i>Attention</i> ) Barista .....	76
3.2.5 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Tindakan ( <i>Action</i> ) Barista .....	84
3.2.6 Analisis Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Tanggung Jawab ( <i>Accountability</i> ) Barista .....	90
 3.3 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik terhadap Pelaksanaan Pelayanan Prima ( <i>Service Excellence</i> ) Barista di Starbucks Coffee Malioboro Yogyakarta	
3.3.1 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Kemampuan ( <i>Ability</i> ) Barista .....	97
3.3.2 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Sikap ( <i>Attitude</i> ) Barista .....	98
3.3.3 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Penampilan ( <i>Appearance</i> ) Barista .....	99
3.3.4 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Perhatian ( <i>Attention</i> ) Barista .....	100
3.3.5 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Tindakan ( <i>Action</i> ) Barista .....	101
3.3.6 Nilai Rata-Rata Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Dimensi Tanggung Jawab ( <i>Accountability</i> ) Barista .....	102
3.3.7 Nilai Rata-Rata Keseluruhan Dimensi Pelayanan Prima .....	103
 BAB IV PENUTUP	
4.1 Kesimpulan .....	106
4.2 Saran .....	107
 DAFTAR PUSTAKA .....	108
 LAMPIRAN .....	111