

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GIGATT COFFE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

MORDANNI

11140049

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2019

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI GIGATT COFFE YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GIGATT COFFE
YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

MORDANNI

11140049

Dalam Ujian Skripsi Program S1 Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana
Manajemen pada tanggal... **24 MAY 2019**

Nama Dosen

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM
(Ketua Tim Penguji)
2. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing/Penguji)

Tanda Tangan



21 JUN 2019
Yogyakarta.....

Disahkan Oleh:

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan 1 Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas akhir dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIGIGATT COFFE YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi S1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 29 Mei 2019

Membuat pernyataan



(Mordanni)

11140049

HALAMAN MOTTO

Rahasia keberhasilan adalah kerja keras dan belajar dari kegagalan.

“Bersukacitalah dalam pengharapan, sabarlah dalam kesesakan, dan bertekunlah dalam doa.”

Roma 12:12

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Gigatt Coffe Yogyakarta” Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang selalu berlimpa dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kepada kedua Orang Tua saya terkasih yang selalu memberi dukungan melalui doa, motivasi, nasehat, nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Untuk Saudara saya tercinta Margareth, Marlinda, Marissa, Mordian Christhoper, Mordianus George Christian, Maria angel serta ponaan

Saya Gelawat Theodore pengiran yang telah memberikan dukungan secara fisik dan non fisik.
4. Untuk Keluarga besar saya“ Daniel Koleng” yang selalu mendukung saya dalam doa dan memotivasi.

5. Untuk Keluarga besar saya “ Yudan Balang” yang selalu mendukung saya di dalam doa dan memotivasi.
6. Untuk Sahabat saya “yangang” Astra Yudha Tagawan, Geo Frayanus, Yonatan marko, Bulan Casandra, Henny Anggia, Denny gablela, Agustina janeta, Gebby Gabela yang selalu memberi motivasi dan memberi semangat kepada saya.
7. Bapak Dr.Singgih Santoso,MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
8. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
9. Bapak Dr.Singgih Santoso, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan bimbingan dan saran-saran dalam penulisan Skripsi ini sehingga selesai tepat waktu.
10. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D, selaku Dosen wali saya.
11. Ibu Dra. Umi Murtini,M.Si. selaku dosen yang telah banyak memberi motivasi bagi saya.
12. Teman-teman Manajemen 2014 yang telah membagikan ilmu dan kebahagiaan selama masa perkuliahan.
13. Teman-Teman Pemuda GKII Yogyakarta yang selalu memberi semangat dan selalu mendoakan saya.
14. Keluarga Besar GKII Yogyakarta yang selalu mendoakan saya.
15. Pengurus Pemuda GKII Yogyakarta yang selalu memotivasi, dukungan serta mendoakan.
16. Badan Pengurus Jemaat GKII Yogyakarta yang selalu mendoakan.
17. Tim Musik GKII Yogyakarta yang selalu memberi semangat, memotivasi dan mendoakan.
18. Bapak gembala Naftali Simson dan Ibu Gembala Yuli Purwanti yang selalu mendoakan dan memberikan semangat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Pengaruh Kualiatas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Gigatt Coffe Yogyakarta”.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, Oleh karena itu saya hendak mengucapkan terimakasih. Akhir kata, Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 24 Mei 2019

Penulis,

Mordanni

Nim: 11140049

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACTION	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1. Tujuan Penelitian	6
1.3.2. Manfaat Penelitian	6
1.3.3. Batasan Penelitian	7

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Kualitas Pelayanan	8
2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	9
2.3 Pemasaran Jasa.....	12
2.4 Kepuasan Pelanggan/Konsumen.....	15
2.5 Hubungan Antar Variabel	18
2.5.1 Hubungan <i>Tangible</i> Dengan Kepuasan Konsumen	18
2.5.2 Hubungan <i>Reliability</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	19
2.5.3 Hubungan <i>Responsiveness</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	20
2.5.4 Hubungan <i>Assurance</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	21
2.5.5 Hubungan <i>Empathy</i> Dengan Kepuasan Konsumen	22
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Kerangka Teoritis.....	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Subyek Dan Objek Penelitian	26
3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian	26
3.4 Variabel Penelitian	27
3.5 Populasi Dan Sampel	27
3.6 Sumber Data.....	28
3.7 Skala Pengukuran Variabel	29
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	30
3.8.1 Uji Validitas	30

3.8.2	Uji Reliabilitas	31
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.8.4	Uji F	33
3.8.5	Uji t	34
3.8.6	Uji Koefisiensi Determinasi R^2	33
3.8.7	Definisi Operasional.....	33
BAB 4	HASIL PENELITIAN	38
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	38
4.1.1	Uji Validitas	38
4.1.2	Uji Reliabilitas	44
4.2	Deskripsi Profil Konsumen	44
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Pengeluaran	48
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pengunjung Gigatt Coffe.....	50
4.2.7	Berdasarkan Dari Tabel 4.7 Sampai 4.12 Di Dapatkan Pengunjung Gigatt Coffe Di Dapatkan Bahwa	51
4.3	Uji Hipotesis	51
4.3.1	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	51

4.4	Koefisien Derterminasi (R^2).....	55
4.4.1	Uji Simultan (Uji F)	56
4.4.2	Uji Parsial (Uji t).....	57
4.5	Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Keterbatasan Dalam Penelitian	67
5.3	Saran.....	68
5.4	Daftar Pustaka	70
5.5	Lampiran	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	30
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Bukti Fisik.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keandalan.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tanggap.....	41
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan.....	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Empati.....	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan / Pengeluaran.....	49
Tabel 4.12 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pengunjung.....	50
Tabel 4.13 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Adjusted R ²	55

Tabel 4.15 Hasil Uji F.....56

Tabel 4.16 Hasil Uji t.....58

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	16
--------------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	73
Kuesioner	74
Tanggapan Responden	78
Hasil Uji Reliabilitas	91
Frekuensi Gambaran Umum Responden	94
Hasil Uji Adjusted R^2	96
Hasil Uji F	96
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	96
Tabel Uji t	97
Tabel r	98

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GIGATT COFFE YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Gigatt Coffe dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Gigatt Coffe.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah berkunjung di Gigatt Coffe minimal dua kali.

Berdasarkan Hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y' = 2.208 + 0.085 X_1 + 0.306 X_2 + 0.179 X_3 + 0.258 X_4 + 0.503 X_5$. Berdasarkan Analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah Variabel Bukti fisik yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,085 lalu Variabel Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,306 lalu Variabel Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,179 lalu Variabel Jaminan yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0.258 lalu Variabel Empati yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0.503.

Gigatt Coffe perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah di nilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: Kualitas Pelayanan, *tangible* (buktifisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), kepuasan konsumen.

ABSTRACTION

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF SERVICE OF CONSUMER SATISFACTION IN GIGATT COFFEE JOGJA.

This research aims to find out whether the dimensions of service quality in tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy effect on consumer satisfaction in Gigatt Coffe and analyzing the most dominant factor in affect consumer satisfaction in Gigatt Coffe. In the study sample is to be taken as many as 100 respondents. The method used is the probability sampling purposive sampling technique. Purposive sampling is a sampling from a population based on a certain criteria. Selection criteria samples in this study are those who have been visiting in Gigatt Coffe at least twice. Based on research results, obtained following regression equation: $Y' = 2.208 + 0.085 X_1 + 0.306 X_2 + 0.179 X_3 + 0.0258 X_4 + 0.0503 X_5$. Based on the analysis of statistical data, indicators on research are valid and are from reliability. Order individually from each of the most influential variables are the Variables that influence positive physical evidence towards consumer satisfaction with the regression coefficient of 0.085 then Variable positive effect against Reliability satisfaction consumers with a coefficient regression of influential 0.306 Variable Ketanggapan then positive towards consumer satisfaction with the regression coefficient of the variable Guarantee then 0.179 influential positive towards consumer satisfaction coefficient regression of 0.0258 then Variables that influence positive Empathy towards consumer satisfaction with the regression coefficient of 0.0503.

Gigatt Coffe need to retain the elements that are already in the value of the good by the customer as well as the need to improve things still lacking.

Key words: quality of service, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, consumer satisfaction.

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI GIGATT COFFE YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Gigatt Coffe dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen di Gigatt Coffe.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan adalah *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah orang yang sudah pernah berkunjung di Gigatt Coffe minimal dua kali.

Berdasarkan Hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y' = 2.208 + 0.085 X_1 + 0.306 X_2 + 0.179 X_3 + 0.258 X_4 + 0.503 X_5$. Berdasarkan Analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah Variabel Bukti fisik yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,085 lalu Variabel Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,306 lalu Variabel Ketanggapan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0,179 lalu Variabel Jaminan yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0.258 lalu Variabel Empati yang berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan koefisien regresi sebesar 0.503.

Gigatt Coffe perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah di nilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: Kualitas Pelayanan, *tangible* (buktifisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (kepedulian), kepuasan konsumen.

ABSTRACTION

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE QUALITY OF SERVICE OF CONSUMER SATISFACTION IN GIGATT COFFEE JOGJA.

This research aims to find out whether the dimensions of service quality in tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy effect on consumer satisfaction in Gigatt Coffe and analyzing the most dominant factor in affect consumer satisfaction in Gigatt Coffe. In the study sample is to be taken as many as 100 respondents. The method used is the probability sampling purposive sampling technique. Purposive sampling is a sampling from a population based on a certain criteria. Selection criteria samples in this study are those who have been visiting in Gigatt Coffe at least twice. Based on research results, obtained following regression equation: $Y' = 2.208 + 0.085 X_1 + 0.306 X_2 + 0.179 X_3 + 0.0258 X_4 + 0.0503 X_5$. Based on the analysis of statistical data, indicators on research are valid and are from reliability. Order individually from each of the most influential variables are the Variables that influence positive physical evidence towards consumer satisfaction with the regression coefficient of 0.085 then Variable positive effect against Reliability satisfaction consumers with a coefficient regression of influential 0.306 Variable Ketanggapan then positive towards consumer satisfaction with the regression coefficient of the variable Guarantee then 0.179 influential positive towards consumer satisfaction coefficient regression of 0.0258 then Variables that influence positive Empathy towards consumer satisfaction with the regression coefficient of 0.0503.

Gigatt Coffe need to retain the elements that are already in the value of the good by the customer as well as the need to improve things still lacking.

Key words: quality of service, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, consumer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Sehingga terjadilah persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran (Kotler, 2000:50).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari

bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, dan aktivitas manusia yang semakin padat setiap harinya, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan rekreasi..

Semakin bertambahnya permintaan konsumen akan mendorong para pengusaha dibidang Coffe dan Eatery khususnya Giggatt Coffe untuk ikut bersaing menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu diperhatikan untuk mempengaruhi konsumen salah satunya kualitas pelayanan Giggatt Coffe itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan, sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Giggatt coffe yang merupakan salah satu Coffe di Yogyakarta yang baru dibuka khususnya di Yogyakarta. Walaupun Coffe ini baru, banyak pengunjung dari luar daerah kota untuk datang ke coffe tersebut khususnya kalangan mahasiswa maupun yang sudah bekerja.

Desain dari coffe tersebut sangat unik dan simpel untuk ukuran coffe lumayan besar yaitu memiliki 2 lantai. Lantai 1 khusus pemesanan makanan,minuman dll dan lantai 2 Tempat pengunjung,Untuk halaman parkir

cukup luas untuk kendaraan pribadi pengunjung yang datang ke Coffe tersebut.

Giggat Coffe ini di buka khususnya di Maguwoharjo dan coffe ini berdekatan dengan beberapa kampus antara lain, Kampus 3 Universtias Sanatadharma, Universitas respati, Universitas instiper, Giggat Coffe di buka daerah Maguwoharjo itu dikarenakan tempatnya juga berdekatan dengan beberapa kampus sehingga dapat menarik minat khususnya mahasiswa maupun yang sudah bekerja untuk berkunjung di coffe tersebut.

Di Giggat coffe berbagai fasilitas juga bisa didapat pengunjung, yaitu Wifi sehingga pengunjung yang datang tidak hanya datang menikmati kopi tetapi juga bisa menikmati fasilitas yang disediakan Gigatt Coffe yaitu wifi tersebut.

Oleh karena itu Gigatt Coffe harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain.

Tujuan penulis memilih Gigatt Coffe sebagai penelitian untuk mengetahui seberapa pengaruhnya kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Gigatt Coffe.

Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis food services melirik usaha coffee shop. Dimana kehadiran coffee shop ini dinilai yang paling sesuai dengan trend dan gaya hidup kaum urban saat ini. Suasana café yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi mahasiswa untuk memilih café sebagai tempat untuk refreshing, hang out, dan berkumpul dengan teman atau kerabat.

Dewasa ini café dalam hal ini coffee shop, tidak hanya tempat untuk bersantai melepas lelah, tempat bersosialisasi, melainkan juga dijadikan sarana

untuk suasana yang lebih serius seperti bertemu rekan bisnis ataupun melakukan pekerjaan, tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar. Hal ini semakin menarik minat para pelaku bisnis untuk merambah bisnis *coffee shop*.

Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang coffee shop ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan differensiasi unik dan positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.

Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis coffee shop dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan, dan harga dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup. Dalam kondisi ini hanya usaha coffee shop yang memiliki daya saing tangguh yang akan mampu bertahan hidup dan berkembang.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007). Terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan didalam kualitas pelayanan yaitu :

1. Bentuk fisik/ yang berwujud (tangibles)

Yaitu kondisi fisik yang ada dalam memberikan pelayanan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Dimensi tangible ini umumnya digunakan perusahaan untuk menaikkan image dimata konsumen.

2. Keandalan (reliability)

Yaitu kemampuan memberikan kinerja pelayanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat.

3. Daya tanggap (responsiveness)

Yaitu keinginan para staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.

4. Jaminan (assurance)

Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya dari para staf untuk membangun kepercayaan pelanggan.

5. Empati (emphaty)

Empati adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai, dan dimengerti oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002:30). Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

1.2. Rumusan Masalah

Masalah dalam penelitian dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *tangible* terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana pengaruh *reliability* terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana pengaruh *assurance* terhadap kepuasan konsumen?
5. Bagaimana pengaruh *empathy* terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan Konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan
Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti lain
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.3.3 Batasan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa batasan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2019 sampai dengan bulan April 2019.
2. Responden yang menjadi bahan penelitian saya adalah Konsumen yang pernah berkunjung di Gigatt Coffe. Responden yang akan menjadi menjadi penelitian ini berjumlah 100 Responden.
3. Variabel Bebas yang diteliti adalah Variabel Kualitas Pelayanan, Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Kepedulian Serta Variabel terikatnya Kepuasan Konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 . Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan profil konsumen, konsumen yang terbanyak adalah; Pria, Usia 20 tahun – 30 tahun, Pelajar/mahasiswa, SMA/Sederajat, Pengeluaran antara Rp. 1.500.001 – Rp. 3.000.000 per bulan, dan berkunjung ke Gigatt Coffe paling banyak adalah 1 – 3 kali per bulan.
2. Dari Analisis Regresi Berganda didapatkan bahwa Kepuasan Konsumen adalah dipengaruhi oleh :
 - a. Keandalan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Gigatt Coffe. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
 - b. Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Gigatt Coffe. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
 - c. Empati berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Gigatt Coffe. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima

5.2. Keterbatasan Dalam Penelitian

Penelitian ini juga masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini

adalah hanya memfokuskan pada 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

5.3. Saran

a. Bagi perusahaan

1. Dalam hal variabel keandalan, diperoleh nilai probabilitas keandalan sebesar 0,041. Penelitian ini menyatakan bahwa nilai keandalan mempengaruhi kepuasan konsumen, ini membuktikan bahwa pihak Gigatt Coffe harus memperhatikan variabel ini. Hal ini dikarenakan faktor keandalan merupakan salah satu bagian dari rangkaian Kepuasan Konsumen.
2. Dalam hal variabel jaminan, diperoleh nilai probabilitas jaminan sebesar 0,043. Variabel jaminan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Dari hasil nilai probabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa memberikan jaminan layanan yang baik dan Semakin banyak jaminan layanan yang diberikan, maka konsumen pun merasa aman saat berkunjung di Gigatt Coffe.
3. Dalam hal variabel empati, diperoleh nilai probabilitas empati sebesar 0,000. Variabel empati berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen, Dari hasil nilai probabilitas di atas Dapat disimpulkan bahwa variabel empati

merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Bagi peneliti selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan cakupan jumlah responden.
2. Waktu penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan setelah konsumen berkunjung di Gigatt Coffe agar Kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Ratih Hardiyati. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Panglاران. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Widha Emil Luthfila. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang. Skripsi. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Arif, Furchan. 2007. Pengantar Peneliti dalam Pendidikan, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007.
- Basu Swastha, 2000, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Jakarta : Liberty.
- Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research*. Yogyakarta:Pustaka Pelajar.
- Fandy Tjiptono, (1996), *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, (1997), *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset
- Freddy, Rangkuti.(2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Kotler, Philip. (2000). Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta
Prenhalindo.

©UKDWN

Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas. PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

Kotler, P & Armstrong, G. (2006). *Principles of Marketing*. 11th Edition. New Jersey: Prentice Hall. Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey

Kotler, Philip & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, Global Edition. Unite State: Pearson Education, Inc.

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Situmorang, Syafrizal H. dan Lufti, Muslich, (2014). Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis, Edisi Ketiga, USU Press, Medan.

Tjiptono, Fandy. (2005). Pemasaran Jasa. Malang: Bayumedia Publishing.

Wijaya, Toni. (2011). Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian. Jakarta Barat: PT INDEKS.

© UKDW