

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO  
YOGYAKARTA”**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Disusun oleh:

**MELIYATI**

**NIM: 11110036**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2016**

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO  
YOGYAKARTA”**

**SKRIPSI SARJANA STRATA SATU**



**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)**

**MELIYATI**

**NIM: 11110036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA  
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap  
Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**MELIYATI**

**11110036**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

- Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **21 JAN 2016**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. : Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim)

2. : Petra Surya Mega Wijaya, SE, MM

(Dosen Penguji)

3. : Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **26 JAN 2016**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



DR. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul:

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA”.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi 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 dicantumkan sebagaimana mestinya.

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



**MELIYATI**

**11110036**

## HALAMAN MOTTO

*Apa pun kata orang lain, belajar dan bekerja keraslah untuk keberhasilan Anda.  
Jangan marah, balaslah dengan keberhasilan (Mario Teguh)*

*kita hidup untuk saat ini, kita bermimpi untuk masa depan, dan kita belajar  
untuk kebenaran abadi”*

*(Chiang Kai Shek)*

*Yang membedakan orang sukses dan orang gagal adalah bukan karena yang  
satu memiliki kemampuan dan ide lebih baik, tapi karena dia berani  
mempertaruhkan ide, menghitung risiko dan bertindak cepat*

*(Andre Malraux)*

*“Let god write your book of life”*

*(Melly Kaharap)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For:

- ❖ *Tuhan Yesus Kristus*
- ❖ *Keluarga saya*
- ❖ *Sahabat-sahabat saya*
- ❖ *Almamater Universitas Kristen Duta Wacana*
- ❖ *Dosen Pembimbing Saya Pak Petra Surya Mega Wijaya*
- ❖ *Teman teman Fakultas Bisnis Angkatan 2011*

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA”

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Peneliti menyadari, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan banyak pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penyertaan dan rahmatnya selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan kehendaknya.
2. Kedua orang tua saya yang tercinta atas kerja keras, dukungan doa, moral maupun materil yang diberikan selama menempuh jenjang perkuliahan ini dan dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Sahabat dan keluarga besar saya yang tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Singgih Santoso, SE, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi mahasiswanya.
5. Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Para konsumen Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan data penelitian.
8. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku Jesryn, Deasy, Ivonne, Sha-sha, Tika. Terima kasih atas doa dan dukungan motivasinya. Terima kasih telah menjadi sahabat yang terbaik di kehidupan saya.
9. Teristimewa untuk teman dekatku dan mantan-mantanku, Ardian, Ben, Kurniawan, Benny, Michail dan Ilham. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, inspirasi dan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas semangat hidup yang diberikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga semua jasa dan budi baik dari semua pihak yang diberikan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan semestinya.

Yogyakarta, 2 febuari 2016

Penulis

Meliyati



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.2. Penelitian Terdahulu .....	40
2.3. Model Penelitian .....	41
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	41

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Subyek dan Obyek Penelitian .....	43
3.2 Data .....	43
3.3 Jenis dan Sumber data .....	43
3.4 Populasi dan Sampel .....	44
3.5 Variabel Penelitian dan Teknik Pengukuran Data .....	45
3.6 Model Statistik dan Uji Hipotesis .....	48

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN**

4.1 Statistik Deskriptif .....	57
4.2 Hasil Pengolahan Data .....	60
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4.4 Uji Signifikansi .....	70
4.5 Pembahasan .....	74

### **BAB V. SIMPULAN dan SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Jawaban Responden .....	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Gender.....	63
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	66
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Kunjungan.....	67
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji T .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	73
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Penelitian .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Konsumen .....	39
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	41

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner penelitian

Lampiran B. Jawaban Penelitian

Lampiran C. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran D. Analisis Deskriptif Responden

Lampiran E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran F. Surat Ijin Penelitian

©UKDW

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis retail di Indonesia yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor yang terdiri atas kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi terhadap kepuasan konsumen Carrefour di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

*Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berbelanja di Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling.*

*Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah prosentase, Uji t, Uji F, dan Regresi Linear Berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen di Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

**Kata kunci : Faktor-faktor (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi), Kepuasan Konsumen**

## Abstract

*This research is motivated by the retail business competition in Indonesia increasingly stringent. The aim of this study was to examine the influence of the factors comprising the quality of service, product quality, price, situational factors and personal factors on consumer satisfaction Carrefour in Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

*The population in this study is the general public who shop at Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used is simple random sampling.*

*The analytical method used in this study is the presentation, t test, F test, and Multiple Linear Regression. The results showed a positive effect on service quality to customer satisfaction. While the quality of the product, price, situational factors, personal factors do not affect customer satisfaction in Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. In this study we can conclude service quality affects customer satisfaction Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

**Keywords: factors (quality of service, product quality, price, situational factors, personal factors), Customer Satisfaction**

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO  
YOGYAKARTA”**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Disusun oleh:

**MELIYATI**

**NIM: 11110036**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2016**



**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO  
YOGYAKARTA”**

**SKRIPSI SARJANA STRATA SATU**



**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S1)**

**MELIYATI**

**NIM: 11110036**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA  
2016**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen terhadap  
Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**MELIYATI**

**11110036**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

- Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal **21 JAN 2016**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. : Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim)

2. : Petra Surya Mega Wijaya, SE, MM

(Dosen Penguji)

3. : Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, **26 JAN 2016**

Disahkan oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



DR. Singgih Santoso, MM



Petra Surya Mega Wijaya, SE, MSi

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul:

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA”.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi 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 dicantumkan sebagaimana mestinya.

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



**MELIYATI**

**11110036**

## HALAMAN MOTTO

*Apa pun kata orang lain, belajar dan bekerja keraslah untuk keberhasilan Anda.  
Jangan marah, balaslah dengan keberhasilan (Mario Teguh)*

*kita hidup untuk saat ini, kita bermimpi untuk masa depan, dan kita belajar  
untuk kebenaran abadi”*

*(Chiang Kai Shek)*

*Yang membedakan orang sukses dan orang gagal adalah bukan karena yang  
satu memiliki kemampuan dan ide lebih baik, tapi karena dia berani  
mempertaruhkan ide, menghitung risiko dan bertindak cepat*

*(Andre Malraux)*

*“Let god write your book of life”*

*(Melly Kaharap)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For:

- ❖ *Tuhan Yesus Kristus*
- ❖ *Keluarga saya*
- ❖ *Sahabat-sahabat saya*
- ❖ *Almamater Universitas Kristen Duta Wacana*
- ❖ *Dosen Pembimbing Saya Pak Petra Surya Mega Wijaya*
- ❖ *Teman teman Fakultas Bisnis Angkatan 2011*

## KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP CARREFOUR PLAZA AMBARRUKMO YOGYAKARTA”

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Peneliti menyadari, skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan banyak pihak. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penyertaan dan rahmatnya selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan sesuai dengan kehendaknya.
2. Kedua orang tua saya yang tercinta atas kerja keras, dukungan doa, moral maupun materil yang diberikan selama menempuh jenjang perkuliahan ini dan dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Sahabat dan keluarga besar saya yang tercinta yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Singgih Santoso, SE, MM, selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi mahasiswanya.
5. Petra Surya Mega Wijaya, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Para konsumen Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan data penelitian.
8. Terima kasih untuk sahabat-sahabatku Jesryn, Deasy, Ivonne, Sha-sha, Tika. Terima kasih atas doa dan dukungan motivasinya. Terima kasih telah menjadi sahabat yang terbaik di kehidupan saya.
9. Teristimewa untuk teman dekatku dan mantan-mantanku, Ardian, Ben, Kurniawan, Benny, Michail dan Ilham. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, inspirasi dan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas semangat hidup yang diberikan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Peneliti berharap semoga semua jasa dan budi baik dari semua pihak yang diberikan kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini mendapat balasan semestinya.

Yogyakarta, 2 febuari 2016

Penulis

Meliyati

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Landasan Teori .....	8
2.2. Penelitian Terdahulu .....	40
2.3. Model Penelitian .....	41
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	41



### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1	Subyek dan Obyek Penelitian .....	43
3.2	Data .....	43
3.3	Jenis dan Sumber data .....	43
3.4	Populasi dan Sampel .....	44
3.5	Variabel Penelitian dan Teknik Pengukuran Data .....	45
3.6	Model Statistik dan Uji Hipotesis .....	48

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN**

4.1	Statistik Deskriptif .....	57
4.2	Hasil Pengolahan Data .....	60
4.3	Analisis Regresi Linier Berganda .....	67
4.4	Uji Signifikansi .....	70
4.5	Pembahasan .....	74

### **BAB V. SIMPULAN dan SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran .....	78

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Jawaban Responden .....	48
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Gender.....	63
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	64
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	64
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	66
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Kunjungan.....	67
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji T .....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	73
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Penelitian .....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Konsumen .....	39
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	41

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Kuesioner penelitian

Lampiran B. Jawaban Penelitian

Lampiran C. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran D. Analisis Deskriptif Responden

Lampiran E. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran F. Surat Ijin Penelitian

©UKYDWN

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan bisnis retail di Indonesia yang semakin ketat. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh dari faktor-faktor yang terdiri atas kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi terhadap kepuasan konsumen Carrefour di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

*Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat umum yang berbelanja di Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling.*

*Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah prosentase, Uji t, Uji F, dan Regresi Linear Berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi tidak mempengaruhi kepuasan konsumen di Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Carrefour Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.*

**Kata kunci : Faktor-faktor (kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi), Kepuasan Konsumen**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dewasa ini perdagangan eceran pada pasar modern di Indonesia mengalami pertumbuhan dan persaingan pesat dengan masuknya perusahaan besar seperti Alfa, Makro, Carrefour, Giant, Hypermarket dan lainnya. Saat ini terdapat sekitar 62 perusahaan ritel dengan sekitar 2700 gerai diseluruh Indonesia. Adanya berbagai macam bentuk perusahaan ritel modern ini, mengakibatkan beragam harapan konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan ritel. Pada umumnya semakin lama konsumen menjalin hubungan dengan perusahaan, mereka biasanya lebih mampu memberikan laba bagi perusahaan. Tujuan memberikan pelayanan yang berkualitas bagi para konsumen yaitu menciptakan rasa puas yang tercemin dari perilaku mereka untuk memilih layanan yang kita berikan dan atau mempengaruhi mereka untuk kembali lagi diwaktu lain dan juga merekomendasikan kepada kolega dan keluarganya. Jika hal itu terjadi, maka dapat dikatakan bahwa mereka telah merasakan pelayanan yang berkualitas dan menjadi loyal.

Fenomena munculnya berbagai perusahaan pengecer besar di Indonesia dalam bentuk perusahaan ritel modern berlaku juga di Yogyakarta. Hal ini mendorong perusahaan pengecer besar untuk tetap melakukan penelitian terhadap perilaku para konsumennya. Dengan adanya fenomena tersebut, diperlukan untuk dapat memberi masukan kepada pihak manajemen dalam menyusun strategi bersaingnya dalam kondisi makin ketatnya persaingan. Salah satu perusahaan pengecer dengan skala besar adalah Carrefour yang berasal dari Perancis. Carrefour membuka

sejarahnya di Indonesia pada bulan Oktober 1998 dengan membuka unit dengan membuka unit pertama di Cempaka Putih Jakarta pada saat yang sama Continent yang juga sebuah pasarba (Pasar Serba Ada) dari Perancis, membuka unit utamanya di Pasar Festival. Pada penghujung tahun 1999, Carrefour dan Promodes (induk perusahaan Continent) sepakat untuk melakukan penggabungan atas semua usahanya diseluruh dunia. Penggabungan ini membentuk suatu grup usaha ritel terbesar kedua didunia dengan memakai nama Carrefour. Perusahaan ini membuka cabang lagi di beberapa kota besar di Indonesia seperti di Surabaya, Bandung, Palembang, Medan dan Yogyakarta. Fokus terhadap konsumen diterjemahkan dalam 3 pilar utama Carrefour, yang diyakini akan dapat membuat Carrefour menjadi pilihan tempat belanja bagi para konsumen Indonesia. Ketiga pilar utama tersebut adalah (a) harga yang bersaing, (b) pilihan yang lengkap, (c) pelayanan yang memuaskan. Konsep Paserba merupakan konsep perdagangan eceran yang diciptakan oleh Carrefour, dan dirancang untuk memuaskan para konsumen. Adanya fasilitas-fasilitas pelengkap seperti *snack corner*, *food court*, parkir gratis di pasarba-pasarba tertentu, bahkan dengan adanya garansi 3 harga dan garansi kualitas, maka pasarba Carrefour merupakan tempat belanja keluarga yang nyaman.

Carrefour menerapkan *retail marketing mix*, seperti; *Store Location*, yang tepat dengan prospek pengembangan daerah hunian elite; *Product Characteristic* dengan memfokuskan pada barang-barang keperluan rumah tangga; *Customer Service*, seperti disediakan bagian informasi, bagian penitipan barang, layanan pengaduan pelanggan, karyawan yang tersebar di sekitar area perbelanjaan yang siap melayani dan membantu pembelanja; *Retail Communication* dengan adanya brosur dan keanggotaan melalui program kartu belanja Carrefour yang tersedia di pintu masuk; *In Store Ambience*, seperti alunan musik, adanya kenyamanan ruangan (*air conditioner*); *Retail Price Consideration*, mempertimbangkan harga eceran pesaing dalam

menetapkan harga, dan harga khusus pada hari-hari besar agama. Desain eksterior dibuat menarik dengan adanya etalase, sedangkan desain interior mempunyai keunikan, dengan barang-barang tertentu yang dijual dikelompokkan pada tiap rak. Barang jualan dikelompokkan berdasarkan fungsi dan manfaatnya, misalnya rak khusus barang elektronik, barang *stationary*, aneka bumbu masak. *Visual merchandising* seperti terdapat beberapa produk baru yang ditempatkan di rak atau counter tersendiri dengan dilengkapi brosur dan poster-poster bahkan dapat juga ditambahi dengan *Sales Promotion Girl* (SPG) dengan pelayanan simpatik. Dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Menurut (Kotler, 2013:35) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Zeithaml dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga dan oleh faktor situasi dan faktor pribadi dari konsumen itu sendiri. *Service quality* (kualitas pelayanan) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan ditentukan oleh



bagaimana tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan yang diharapkan oleh konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan, akan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen, selanjutnya semakin berdampak positif perilaku niat seseorang dalam menyikapi layanan tersebut. *Product quality* (kualitas produk) adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat (Kotler, 2005:49). Produk/barang yang ditawarkan akan mempengaruhi persepsi konsumen layanan. Semakin baik kualitas barang akan meningkatkan kepuasan konsumen untuk layanan yang diterima. Menurut Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa *price* (harga) adalah elemen dalam bauran pemasaran yang tidak saja menentukan profitabilitas tetapi juga sebagai sinyal untuk mengkomunikasikan proporsi nilai suatu produk. Untuk konsumen yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. *Situational factors* (faktor situasi) dan *personal factors* (faktor pribadi), mempengaruhi tingkat kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi. Faktor situasi seperti kondisi dan pengalaman akan menuntun konsumen untuk datang kepada suatu penyedia barang atau jasa, hal ini akan mempengaruhi harapan terhadap barang atau jasa yang akan dikonsumsi.

Betapa pentingnya usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan masing-masing konsumen berbeda satu sama lain. Oleh karena itu diperlukan pemahaman atas kepuasan konsumen oleh perusahaan Carrefour untuk mengoptimalkan kinerja dalam rangka mencapai kepuasan konsumen yang mendekati harapan konsumen.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang. Maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen?
3. Apakah harga mempengaruhi kepuasan konsumen?
4. Apakah faktor situasi mempengaruhi kepuasan konsumen?
5. Apakah faktor pribadi mempengaruhi kepuasan konsumen?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka rumusan masalah tersebut perlu dibatasi agar tidak terlalu luas. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian yang dilakukan di Yogyakarta.
2. Responden yang diteliti adalah konsumen yang berbelanja di Carrefour di Plaza Ambarrukmo Yogyakarta.
3. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
4. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :
  - a. Kepuasan konsumen
  - b. Kualitas pelayanan
  - c. Kualitas produk
  - d. Harga
  - e. Faktor situasi

f. Faktor Pribadi

5. Karakteristik responden yang diteliti meliputi:

- 1) Jenis Kelamin
- 2) Usia
- 3) Tingkat Pendidikan
- 4) Pekerjaan
- 5) Tingkat pengeluaran tiap bulan
- 6) Jumlah kunjungan

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
3. Menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
4. Menguji pengaruh faktor situasi terhadap kepuasan konsumen.
5. Menguji pengaruh faktor pribadi terhadap kepuasan konsumen.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk meneliti langkah-langkah selanjutnya dalam menentukan usahanya agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumennya.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan penerapan teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan menambah wawasan dalam dunia bisnis masyarakat.

### 3. Bagi Pembaca

Diharapkan dapat menjadi referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan bagi penulis lain yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dimasa mendatang.

©UKDW

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan kajian yang telah dilakukan berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Carrefour Plaza Amabarrukmo Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari data profil responden, maka dari pengolahan data 100 responden berdasarkan gender yang dominan yaitu laki-laki sebesar 64%. Berdasarkan usia yang paling dominan yaitu berkisar usia 21 – 30 tahun sebesar 43%. Berdasarkan pendidikan terakhir yang dominan yaitu SMA/ sederajat sebesar 67%. Berdasarkan pekerjaan yang paling dominan yaitu pelajar/mahasiswa sebesar 74%. Berdasarkan pengeluaran yang dominan yaitu berkisar antara Rp 1.000.001,- s/d Rp 2.000.000,- dan jumlah kunjungan yang paling dominan yaitu < 5 kali.
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Carrefour Plaza Amabarrukmo Yogyakarta. Artinya, seluruh variabel bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda variabel kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi yang tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, maka berkaitan dengan penelitian ini ada saran yang diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan Carrefour Plaza Amabarrukmo Yogyakarta dan untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran yang dapat diberikan yaitu:

### 5.2.1 Saran untuk Carrefour Plaza Amabarrukmo Yogyakarta

- a. Dari segi kualitas pelayanan, secara keseluruhan karyawan Carrefour sudah dapat diandalkan tetapi untuk lebih meningkatkan kepuasan konsumen ada baiknya karyawan yang bekerja juga diberikan training atau pelatihan bahasa asing untuk melayani konsumen asing terkhusus untuk costumer service.
- b. Dari kualitas produk, Carrefour dapat meningkatkan kualitas produknya dan mengembangkan dengan inovasi terkini, jenis perawatan yang lebih beragam, penataan produk dengan menarik, sehingga dapat meningkatkan kepuasan di Carrefour Plaza Amabarrukmo Yogyakarta.
- c. Dari segi harga, konsumen Carrefour sebagian besar adalah mahasiswa, maka dari itu seharusnya Carrefour dapat memberikan potongan harga untuk mahasiswa yang menunjukkan KTM atau kartu tanda mahasiswa, selain itu dengan diberlakukannya membercard tidak hanya sebagai identitas bahwa telah menjadi anggota di Carrefour saja, tetapi memiliki manfaat lebih yaitu dapat digunakan untuk promo diskon tertentu sehingga konsumen pun akan lebih tertarik untuk berbelanja.

- d. Dari segi faktor situasi, Carrefour sudah memiliki fasilitas yang baik tetapi ada baiknya Carrefour menambah *space* untuk ruang tunggu sehingga ketika konsumen yang menunggu bisa duduk ruang tunggu.
- e. Dari segi faktor pribadi, Carrefour harus lebih banyak memberikan semua kebutuhan konsumen sehingga ketika konsumen berbelanja dapat meningkatkan gaya hidup lebih baik.

### **5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut ini :

- a. Pada penelitian mendatang, sebaiknya dilakukan penambahan jumlah sampel, sehingga variabel-variabel yang akan diteliti akan lebih valid dan disarankan untuk melakukan penyebaran kuesioner keseluruhan cabang Carrefour sehingga diperoleh hasil survey secara keseluruhan.
- b. Pada penelitian selanjutnya dapat melakukan studi terhadap Carrefour dengan menambahkan atau menggunakan variabel lain misalnya norma subyektif (pengaruh teman, saudara, dan lain-lain) yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2007.** *Manajemen Pemasaran dan Manajemen Jasa*, Edisi Keempat CV.Alpha Beta, Bandung
- Belch, G.E & Belch, M.A. 2009.** *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*, 9th Edition. New York: McGraw Hill.
- Dharmesta, Basu Swastha & Irawan, 2005.** *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Jonathan, Sarwono, 2006.** *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2009.** *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2008.** *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo, Jakarta
- Leedy Paul, 2005.** *Practical Research and Design*, New Jersey.
- Margono, S, 2010.** *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Peter, James. 2007.** *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid VII, Erlangga, Jakarta
- Setiadi, Nugroho J. (2007).** *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Simamora, Bilson, 2008.** *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono, 2012.** *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008.** *Manajemen Pemasaran Modern* Edisi ke-8. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy. 2008.** *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Bayumedia, M
- Zeithaml dan Bitner. 2008.** *Service Marketing Integrating Customer Focus Across the Firm*, 3 rd edition. Boston. Mc GrowHill/Irwin