

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PELANGGANCAFE CUPPAJODI
YOGYAKARTA”**



**DISUSUN OLEH
FERNANDO LONTO
11120017**

**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA
2016**

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PELANGGAN CAFE CUPPAJO DI
YOGYAKARTA”**



SKRIPSI

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

Disusun oleh

FERNANDO LONTO

NIM: 11120017

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PELANGGAN CAFÉ CUPPAJO DI
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:
Fernando Lonto

11120017

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

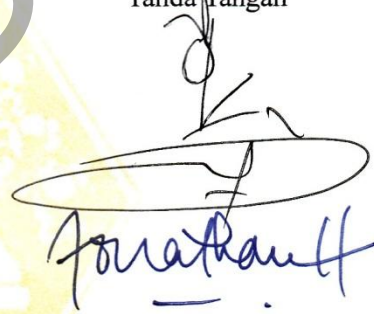
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Ekonomi pada tanggal 26 JAN 2016

Nama Dosen

1. Dr. Singgih Santoso, MM
(Ketua Tim)
2. Petra Surya Mega Wijaya, SE, MM
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko SE, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 29 JAN 2016

Disahkan oleh:

Dekan,



DR. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,


Petra Surya Mega Wijaya, SE, MS

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PELANGGAN CAFÉ CUPPAJO DI 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 sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 12 Januari 2016



Fernando Lonto

11120017

HALAMAN MOTTO

**Hati yang gembira adalah obat yang manjur, tetapi semangat
yang patah mengeringkan tulang.**

(Amsal 17:22)

**Takut akan TUHAN adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang
bodoh menghina hikmat dan didikan.**

(Amsal 1:7)

HALAMAN PERSEMBAHAN

The Script Present For:

- ✚ Tuhan Yesus Kristus
- ✚ Papa dan Mama
- ✚ Ester Laticia
- ✚ Reynaldo & Stefano
- ✚ Vivi Lianti Sugandhi
- ✚ Stefany Anastasya The
- ✚ Para Sahabat
- ✚ Teman-teman Fakultas Bisnis 2010
- ✚ Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW)

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati dan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASANKONSUMEN PELANGGANCAFE CUPPAJO DI 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. Bapak Singgih Santosa, 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.
2. Bapak Jonathan Herdioko, SE, MM, 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.
3. 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.
4. Bapak Subhan Wahyu Edi selaku pemilik Cafe Cuppajodan Mas Andrie Hayude selaku Manager atas ijin dan kerjasama baiknya selama penelitian skripsi ini berlangsung.
5. Karyawan Cafe Cuppajoatas bantuan, informasi dan kerjasaman baiknya selama penelitian ini berlangsung.
6. Para konsumen Cafe CuppajoYogyakarta yang telah bersedia menjadi responden dan memberikan data penelitian.
7. Terkhusus dan teristimewa untuk kedua orang tua saya, Marthen J Lonto dan Aneke Jetty. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, kasih sayang, kepercayaan, dan inspirasi di sepanjang hidup saya. Terima kasih untuk mama atas kesempatan dan

kepercayaan yang telah diberikan dalam saya mengambil studi. Terima kasih untuk papa atas doa dan dukungannya yang menguatkan saya dalam kehidupan ini.

8. Terima kasih untuk adik-adikku tersayang Ester dan sikembar Stefano dan Reynaldo atas doa dukungan semangat dan kepercayaan yang kalian berikan.
9. Terima kasih untuk saudara- saudaraku sahabat terdekatku riduwan, adit, ariel, mirta. Terima kasih atas doa dan dukungan motivasinya. Terima kasih telah menjadi saudara dan sahabat yang terbaik di kehidupan saya. Kalian adalah sahabat, teman, dan keluargaku di yogyakarta.
10. Teristimewa untuk kekasih hatiku, wanita hebat yang membuat pasangannya hebat, Stefany Anastasya The. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, inspirasi dan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas semangat hidup yang diberikan. Sukses kan kuraih bersamamu di sampingku selalu. Always love you Honey
11. Terima kasih untuk Vivi Lianti Sugandhi wanita terhebat, Terima kasih atas bantuannya selama ini dalam memberikan semangat, doa, motifasi, kepercayaan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
12. Terima kasih untuk semua keluarga yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu yang ada di Manado dan Papua. Atas doa dan dukungannya selama ini.
13. Rekan dan Sahabat seangkatan satu perjuangan, Terima kasih untuk, iko, remil, glen, Stefan, manu, anggi, endah dan anak-anak Management 2012 lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk kenangan dan cerita hebat selama di perkuliahan. Sampai bertemu di puncak kesuksesan sahabat.
14. 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, 10desember 2016

Penulis

Fernando Lonto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Kontribusi Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II. LANDASAN TEORI	
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Kualitas Layanan Jasa	7

2.1.2. Dimensi Kualitas Layanan	9
2.1.3. Konsep Kepuasan Pelanggan	17
2.1.4. Hubungan Kualitas Layanan dengan Harapan Konsumen	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Pengembangan Hipotesis	21

BAB III. METODA PENELITIAN

3.1 Data Penelitian	22
3.1.1. Data Primer	22
3.1.2. Data Sekunder	22
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	23
3.2.1. Populasi.....	23
3.2.2. Sample.....	23
3.3 Definisi Variabel dan Pengukurannya	24
3.3.1. Variabel Penelitian	24
3.3.2. Pengukuran Variabel	28
3.4 Desain Penelitian	28
3.5 Model Statistik dan Uji Hipotesis	30
3.5.1. Uji Validitas	30
3.5.2. Uji Reabilitas	31
3.5.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	32

BAB IV. HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Konsumen... ..	36
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	36
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan.....	37
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan.....	38

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	40
4.2.1. Hasil Uji Validitas.....	40
4.2.2. Hasil Uji Reabilitas.....	45
4.2.3. Uji Hipotesis.....	46
4.2.3.1. Analisis linier Berganda.....	46
4.2.3.2. Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.2.3.3. Uji Signifikasi Simultan (Uji F).....	49
4.2.3.4 Uji Signifikasi Parsial (Uji T).....	51
4.3 Analisis.....	59
BAB V. SIMPULAN dan SARAN	
5.1 Simpulan.....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan Antara Kualitas Produk dan Jasa..... 8
Tabel 2.2	Atribut dan Dimensi Model Servqual 16
Tabel 2.3	Hasil Penelitian Sebelumnya 19
Tabel 2.4	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya.....20
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Wujud Fisik..... 41
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Keandalan Layanan..... 42
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Ketanggapan..... 42
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Jaminan Layanan..... 43
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Empati 43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen..... 44
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 45
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda..... 46
Tabel 4.9	Nilai Koefisien Determinasi 48
Tabel 4.10	Nilai Uji F 49
Tabel 4.11	R ² Nilai Uji T..... 51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan	18
Gambar 3.1. Desain Penelitian.....	29
Gambar 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	37
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah kunjungan	38
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan	39
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	40

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.Kuesioner penelitian

Lampiran B.Hasil uji validatas dan reabilitas

Lampiran C.Hasil uji t, Uji F, dan Koefisien R²

Lampiran D.Tabel t hitung, Tabel F hitung

Lampiran E.Tabel r

Lampiran F.Surat ijin penelitian

©UKDW

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia bisnis kuliner saat ini berkembang dengan sangat pesat, khususnya di bidang Cafe . Perkembangan Cafe di Indonesia khususnya di Yogyakarta tiap tahunnya terus meningkat yang berdampak pada persaingan yang semakin ketat setiap bidang usaha sejenis. Salah satu Cafe yang ikut bersaing adalah Cafe CuppajoYogyakarta. Kepuasan konsumen yang timbul dari kualitas layanan yang baik menjadi tujuan utama dari setiap Cafe dalam memberikan nilai lebih yang positif bagi konsumen. Demi mendapatkan konsumen baru di tengah persaingan ketat, maka kualitas layanan yang baik menjadi kegiatan penting yang dilakukan oleh Cafe CuppajoYogyakarta dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan *purposive sampling* dengan kriteria masyarakat yang pernah mengunjungi Cafe CuppajoYogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat enam hipotesis yang didapat yaitu: pertama, wujud fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Kedua, keandalan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Ketiga, ketanggapan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Keempat, jaminan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Kelima, empati karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Dan keenam, komponen variabel kepuasan layanan yang meliputi wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta.

Kata Kunci: Wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, empati karyawan, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The development of the culinary business world is growing very rapidly, particularly in the field of the cafe. The development of a cafe in Indonesia, especially in Yogyakarta increases continuously every year affecting on the tight competition in every similar business field. One of the cafes following the competition is Cafe Cuppajo Yogyakarta. The consumer satisfaction arising from good service quality becomes a major goal of any cafe in giving a positive value for the consumer. In order to get new customers in the middle of fierce competition, the good quality of service becomes an important activity undertaken by Cafe Cuppajo Yogyakarta in creating customer satisfaction.

This study examines the effect of the variable component of tangibles, the reliability of service, responsiveness of employee, service assurance, and empathy of employee toward the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The procedure of collecting data used in this study is questionnaire distribution. The samples were selected by purposive sampling using people who have ever visited Cafe Cuppajo Yogyakarta. The number of samples taken is 100 respondents.

Based on the criteria, there are six hypotheses constructed: the first, tangibles affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The second, the reliability of service affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The third, the responsiveness of employee affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The fourth, service assurance affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The fifth, the empathy of employee affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The sixth, all variable components of service satisfaction including tangibles, the reliability of service, responsiveness of employee, service assurance, and empathy of employees simultaneously affect to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta.

Keywords: Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction

ABSTRAKSI

Perkembangan dunia bisnis kuliner saat ini berkembang dengan sangat pesat, khususnya di bidang Cafe . Perkembangan Cafe di Indonesia khususnya di Yogyakarta tiap tahunnya terus meningkat yang berdampak pada persaingan yang semakin ketat setiap bidang usaha sejenis. Salah satu Cafe yang ikut bersaing adalah Cafe CuppajoYogyakarta. Kepuasan konsumen yang timbul dari kualitas layanan yang baik menjadi tujuan utama dari setiap Cafe dalam memberikan nilai lebih yang positif bagi konsumen. Demi mendapatkan konsumen baru di tengah persaingan ketat, maka kualitas layanan yang baik menjadi kegiatan penting yang dilakukan oleh Cafe CuppajoYogyakarta dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menguji pengaruh komponen variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan dipilih dengan *purposive sampling* dengan kriteria masyarakat yang pernah mengunjungi Cafe CuppajoYogyakarta. Jumlah sampel yang diambil sebagai responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan kriteria tersebut terdapat enam hipotesis yang didapat yaitu: pertama, wujud fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Kedua, keandalan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Ketiga, ketanggapan karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Keempat, jaminan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Kelima, empati karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta. Dan keenam, komponen variabel kepuasan layanan yang meliputi wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe CuppajoYogyakarta.

Kata Kunci: Wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, empati karyawan, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

The development of the culinary business world is growing very rapidly, particularly in the field of the cafe. The development of a cafe in Indonesia, especially in Yogyakarta increases continuously every year affecting on the tight competition in every similar business field. One of the cafes following the competition is Cafe Cuppajo Yogyakarta. The consumer satisfaction arising from good service quality becomes a major goal of any cafe in giving a positive value for the consumer. In order to get new customers in the middle of fierce competition, the good quality of service becomes an important activity undertaken by Cafe Cuppajo Yogyakarta in creating customer satisfaction.

This study examines the effect of the variable component of tangibles, the reliability of service, responsiveness of employee, service assurance, and empathy of employee toward the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The procedure of collecting data used in this study is questionnaire distribution. The samples were selected by purposive sampling using people who have ever visited Cafe Cuppajo Yogyakarta. The number of samples taken is 100 respondents.

Based on the criteria, there are six hypotheses constructed: the first, tangibles affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The second, the reliability of service affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The third, the responsiveness of employee affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The fourth, service assurance affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The fifth, the empathy of employee affects significantly to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta. The sixth, all variable components of service satisfaction including tangibles, the reliability of service, responsiveness of employee, service assurance, and empathy of employees simultaneously affect to the customer satisfaction of Cafe Cuppajo Yogyakarta.

Keywords: Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and customer satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini yang mengalami persaingan begitu ketat, maka tingkat kepuasan dalam pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam mempertahankan dan memperbanyak pelanggan. Kepuasan konsumen tidak hanya berdampak terhadap loyalitas saja, melainkan menimbulkan sebuah kesan unik dan positif bagi konsumen terhadap usaha tersebut. Sehingga usaha tersebut memiliki nilai positif tersendiri bagi konsumen dibanding usaha sejenis lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan terpenting dari aktifitas pemasaran. Kepuasan merupakan dasar dari terbentuknya respon positif seseorang untuk terus melakukan pembelian atau melakukan aktifitas *word of mouth* (WOM). Kekecewaan pelanggan akibat ketidakpuasan terhadap pelayanan jasa dapat menjadi faktor terbesar sebuah kemunduran usaha. Ketidakpuasan tersebut akan dapat menimbulkan reaksi negatif berupa pencitraan buruk terhadap usaha yang mengakibatkan terjadinya pemberhentian aktifitas pembelian dan penyebaran informasi negatif kepada orang-orang terdekat pelanggan.

Potensi usaha di bidang cafe saat ini menjadi trend bisnis di beberapa kota besar dan berkembang. Peluang usaha ini masih terus terbuka lebar bagi yang ingin bergelut di bisnis ini. Hal ini jelas sekali terlihat dari maraknya pembangunan cafe-cafe dengan berbagai konsep dan jenis yang berbeda-beda. Setiap cafe memiliki keunikan dan kekhasan

tersendiri yang menjadi kekuatan atau nilai lebih sebuah cafe. Dari pesatnya perkembangan usaha cafe ini, menyebabkan sebuah persaingan yang ketat dan adu kreatif dari masing-masing cafe. Semuanya bersaing sedemikian rupa guna menarik perhatian pelanggan dan berupaya untuk menguasai target pasar yang ada. Maka dari itu, masing-masing cafe harus meningkatkan dan memberikan perhatian khusus terhadap kualitas layanan guna tercapainya kepuasan pelanggan.

Ukuran sebuah kepuasan pelanggan dapat dilihat dari beberapa hal. Di antaranya adalah kualitas dari produk yang ditawarkan, keunikan produk dibanding produk sejenis lainnya, penambahan nilai pada produk, dan kualitas jasa layanan dalam memasarkan produk tersebut. Jasa layanan yang berkualitas meliputi keramahan dalam melayani, ketanggapan, empati terhadap pelanggan, kejelasan penyampaian informasi dan lainnya. Dengan demikian usaha cafe yang memperhatikan aspek-aspek tersebut akan memiliki nilai tambah tersendiri di benak pelanggan.

Salah satu usaha cafe yang ikut serta bersaing di tengah maraknya perkembangan cafe yang ada adalah Cafe Cuppajo. Subhan Wahyu Edi merupakan owner cafe Perfect Byte yang berdiri pada tahun 2010 yang berganti nama menjadi Cuppajo yang artinya "A Cup Of Java" ini menjadi cafe yang ramai pengunjung dan menjadi tempat tongkrongan para remaja yang didominasi kebanyakan mahasiswa dan pelajar.

Cafe Cuppajo terletak di Jln Selokan Mataram No 8 Dabag Condong Catur Depok Sleman Yogyakarta. Lokasi dan tempat dari cafe Cuppajo

menjadi keunggulan tersendiri yang menawarkan kenyamanan bagi pelangganya.

Di Yogyakarta khususnya, terdapat beberapa cafe sejenis yang menawarkan hal yang sama di antaranya adalah District cafe, Togo cafe, Goeboek Coffee, dll. Meskipun dengan konsep dan harga yang berbeda, tetapi masing-masing cafe ini memiliki unsur kesamaan seperti tempat yang nyaman dan menu yang ditawarkan. Masing-masing cafe bersaing dalam menarik perhatian pelanggan dengan berupaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Maka dari itu, guna mengukur tingkat kepuasan pelanggan, yang diharapkan dapat berguna bagi Cafe Cuppajo dan peneliti, maka dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Cuppajo di Yogyakarta”.

1.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah variabel wujud fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?
- b. Apakah variabel keandalan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?
- c. Apakah variabel ketanggapan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?
- d. Apakah variabel jaminan layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?

- e. Apakah variabel empati berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?
- f. Apakah variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan, jaminan layanan dan empati berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel wujud fisik terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel keandalan layanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel ketanggapan secara terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- d. Untuk mengetahui pengaruh variabel jaminan layanan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- e. Untuk mengetahui pengaruh variabel empati terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- f. Untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan, dan empati secara simultan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta.

1.4. Kontribusi Penelitian

Adapun kontribusi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kontribusi teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi dalam mengembangkan ilmu dalam rangka menambah ilmu pengetahuan, khususnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

b. Kontribusi praktis

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen Cafe Cuppajo dalam mengambil kebijakan di bidang kualitas layanan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi penulis

Dapat mengetahui aplikasi nyata dari ilmu pemasaran yang telah diterima kedalam dunia usaha sesungguhnya. Selain itu penulis juga dapat memperdalam pengetahuan tentang aplikasi teori yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

3. Bagi pihak lain

Sebagai pengetahuan dan referensi bagi pembaca penelitian ini untuk menambah bahan acuan guna membantu pihak yang berminat melakukan penelitian yang lebih lanjut.

1.5. Batasan Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Penelitian akan dilakukan pada konsumen yang pernah mengunjungi Cafe Cuppajo Yogyakarta.
- b) Jumlah responden adalah 100 orang.
- c) Variabel dalam penelitian meliputi:
 1. Wujud fisik(*Tangibles*)
 2. Keandalan layanan(*Reliability*)
 3. Ketanggapan(*Responsiveness*)
 4. Jaminan layanan(*Assurance*)
 5. Ketanggapan(*Empathy*)

©UKDW

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

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

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan jenis kelamin disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin pria.
- b. Berdasarkan usia disimpulkan bahwa paling banyak responden berada di usia muda mulai dari 18 – 26 tahun.
- c. Berdasarkan jumlah kunjungan disimpulkan bahwa paling banyak responden mengunjungi Cafe Cuppajo sebanyak 3 kali perbulan
- d. Berdasarkan pendapatan atau uang saku per bulan disimpulkan bahwa paling banyak responden memiliki pendapatan sebesar Rp.750.001 – Rp.1.500.000
- e. Berdasarkan pekerjaan disimpulkan bahwa paling banyak responden adalah pelajar dan mahasiswa.

2. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan (Wujud Fisik, Keandalan Layanan, Ketanggapan Karyawan, Jaminan Layanan, dan Empati Karyawan) terhadap kepuasan Konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Wujud fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak
2. Keandalan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
3. Ketanggapan karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
4. Jaminan layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
5. Empati karyawan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo Yogyakarta secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
6. Wujud fisik, keandalan layanan, ketanggapan karyawan, jaminan layanan, dan empati karyawan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Cafe Cuppajo Yogyakarta secara simultan. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
2. Cakupan jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
3. Ukuran kepuasan terhadap kualitas layanan hanya menggunakan *ServQual* (*Service Quality*).

5.3. Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam variabel wujud fisik dari hasil penelitian menyatakan bahwa bentuk fisik tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, oleh sebab itu hendaknya pihak Cafe Cuppajo memperhatikan peningkatan kualitas layanan tersebut. Hal ini dikarenakan faktor wujud fisik merupakan salah satu bagian dari rangkaian kualitas layanan. Terlebih lagi mulai muncul pesaing yang tidak sedikit di bidang yang sejenis dengan memiliki kemiripan tertentu. Meningkatkan bentuk fisik bangunan dan kerapian karyawan dapat menjadi nilai lebih di mata konsumen. Memelihara dan

memperbaiki wujud fisik secara konsisten diharapkan tentu dapat meningkatkan kepuasan konsumen dalam berkunjung.

2. Dalam hal variabel keandalan layanan, variabel ini memiliki pengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini pihak Cafe Cuppajodapat mengetahui perilaku konsumen dalam berkunjung yang mempunyai jenis kepuasan tersendiri atas pelayanan yang diterima. Dapat dikatakan bahwa keinginan konsumen dalam mendapatkan keandalan layanan seperti pelayanan kasir yang cepat, pemahaman produk, pengetahuan informasi komposisi makanan, keterampilan melayani dan kemampuan berkomunikasi para karyawan sudah menjadi suatu ukuran kepuasan konsumen yang mungkin mempunyai alasan utama lain diluar dimensi kualitas layanan jasa dalam berkunjung ke Cafe Cuppajo. Keandalan karyawan dapat menjadi faktor pendukung dalam memperkuat tujuan utama konsumen dalam berkunjung sehingga konsumen mendapatkan kepuasan dari keandalan layanan tersebut. Dari kesimpulan ini pihak Cafe Cuppajodapat memfokuskan kinerja karyawan khususnya dari sisi keandalan layanan agar kepuasan konsumen tetap terjaga baik..
3. Variabel ketanggapan karyawan dalam penelitian ini berdasarkan data kuesioner tidak memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen Cafe Cuppajo. Akan tetapi, pihak Cafe Cuppajo tetap memperhatikan variabel ini sebagai variabel yang perlu diperbaiki

dan ditingkatkan kualitasnya. Dengan daya tanggap karyawan yang cepat terhadap kesulitan konsumen, diharapkan dapat menjadi nilai lebih bagi konsumen ketika mengunjungi Cafe Cuppajosehingga konsumen dapat semakin merasa puas. Pelatihan khusus tentang ketanggapan karyawan dan pembelajaran mengenai perilaku konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu solusi dalam peningkatan kualitas layanan jasa.

4. Variabel jaminan layanan merupakan variabel yang berpengaruh dalam kepuasan konsumen di Cafe Cuppajo . Diharapkan Cafe Cuppajotetap dapat memberikan jaminan layanan yang baik ini kepada konsumen bahwa mereka akan mendapatkan pelayanan sesuai dengan ekspektasi mereka. Hal ini dapat ditingkatkan melalui informasi tertulis dan lisan yang diperlihatkan kepada konsumen melalui media informasi, sehingga konsumen yakin akan selalu mendapat pelayanan yang terbaik di Cafe Cuppajo .
5. Berdasarkan penelitian ini, variabel empati karyawan merupakan variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Cuppajo. Perusahaan diharapkan tetap dapat meningkatkan kepedulian karyawan terhadap konsumen secara personal, sehingga konsumen merasa diperhatikan dan dapat semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Pengembangan diri dan pengetahuan mengenai ilmu berhubungan dengan orang dapat menjadi pilihan

dalam pengembangan kualitas SDM karyawan dalam melayani dan memahami konsumen.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tapi juga pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode wawancara agar jawaban-jawaban yang diberikan responden lebih sesuai dengan keadaan responden.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak.
3. Penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan setelah konsumen selesai melakukan pembayaran, agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat.

©UKDM

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S.2004. Metode Penelitian, Edisi Pertama, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ferdinand, Agusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang : BP UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2001. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,. Edisi Kedua. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. and Kervin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid I & II. PT. Indeks, PT Mancana Jaya Cemerlang, Jakarta.
- Hasanusi, D.N. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di DIXIE Easy Dining Yogyakarta. (*undergraduate thesis. Duta Wacana Christian University,2014*). Retrieved from <http://sinta.ukdw.ac.id>
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra, N. K. 2005. *Riset Pemasaran Jilid I dan II (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Research: An Applied Orientation 4e)*. PT. Intan Sejati, Klaten.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Rajagafindo Persada, Jakarta
- Winarta, Randy. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Rumah Makan Bromo Asri terhadap Kepuasan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1 (1):1-10

Zeithaml V. A., Berry L. L., and Parasuraman A., 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 60, pp. 31-46.

Zeithaml, Parasuraman A., and Berry L., 1990. Delivering Quality Service, Balancing Customer Perceptions and Expectations (New York : The Free Press), *International Journal Of Retail and Distribution Management*. Vol. 10, pp. 47-55.

©UKDWN