

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Iis Lauw

NIM : 11140035

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2018

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Iis Lauw

NIM : 11140035

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2018

HALAMAN PENGANTAR

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI YOGYAKARTA**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

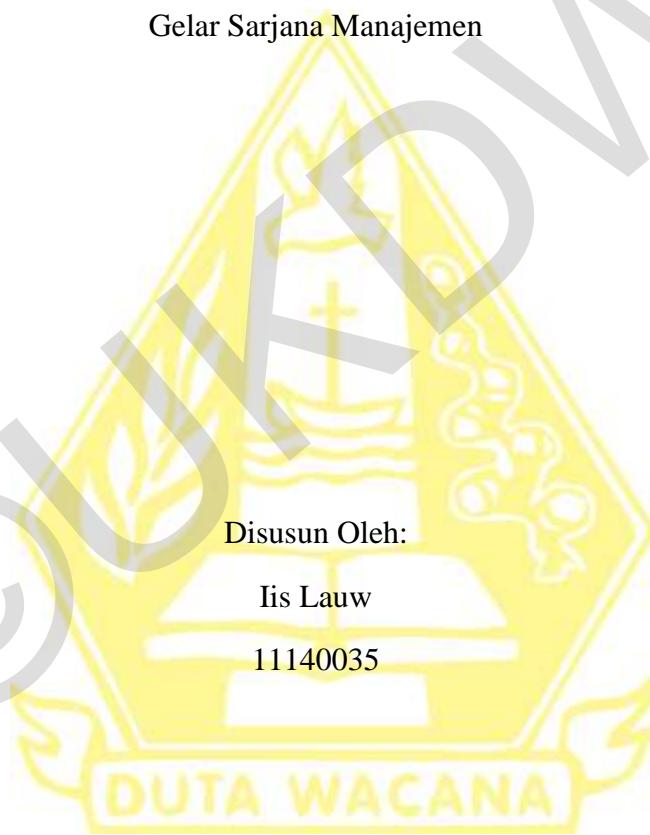
Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Iis Lauw

11140035



Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

IIS LAUW

11140035

Dalam ujian skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu sayarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen Pada Tanggal 29 JUNI 2018

Nama Dosen	Tandan Tangan
1. Dra. Ety Istriani, MM (Ketua Tim Penguji)	
2. Jonathan Herdioko, SE., MM (Dosen Pembimbing/ Penguji)	
3. Purwani Retno Andalas, MM (Dosen Penguji)	

Yogyakarta, 2 JULI 2018

Disahkan Oleh

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen



Dra. Sisnuhadi, Mba, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : Analisis Pengaruh Harga, Citra Toko, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus 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 maupun, kecuali bagian sumber informasinya adalah sudah dicatumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 5 Juni 2018



Iis Lauw

111400035

HALAMAN MOTTO

(Filipi 4 : 13)

Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku

(Amsal 16: 3)

Serahkanlah perbuatanmu kepada TUHAN, maka Terlaksanalah segala rencanamu

(Yeremia 17 : 7)

Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada Tuhan!

(Amsal 17:22)

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

(Amsal 17:17)

Seorang sahabat menaruh kasih seetiap waktu, dan menjadi saudara dalam kesukaran

(Hearther Pryor)

Temannya sejati adalah ia yang meraih tangan anda dan menyentuh hati anda

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus
2. Kepada orangtua tersayang bapa (Victor Lauw, S.T.) & mama (Paskalina Lolita Numberi, S.Pd.)
3. Kakak & adik-adik tersayang (kak Stella, adik Denis dan Omega)
4. Seluruh Keluarga besar

©UKDWN

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan pimpinan-Nya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Harga, Citra Toko, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Yogyakarta**” yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan laporan. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, akal budi, semangat dan kesehatan sehingga penulis bisa menulis laporan skripsi dan bisa selesai tepat waktu
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Wakil Dekan Bid. Akademik Manajemen
3. Bapak Jonathan Herdioko, S.E.,M.M. Sselaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga laporan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik
4. Kedua orang tua (Bapak Victor Lauw, S.T.) dan (Ibu Paskalina Lolita Numberi, S.Pd.) kakak & adik-adikku Stella, Denis dan Omega
5. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa
6. Seluruh staf pengajar Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis
7. Teman seperjuangan skripsi: ka lesly, kak juli, dhesi dan semua teman-teman angkatan manajemen 2014 yang bersama-sama mengerjakan skripsi pada semester genap 2017/2018
8. Sahabat-sahabatku: Pasyano, Sinta, Ermin,Iriaani, Fanni, thithin Cila, Natalia, Sera, Ludia, Clara, Maria, ka anet , ka luzia yang selalu memberikan semangat
9. Pihak-pihak yang membantu selama penulis mengerjakan skripsi: pak Edi, responden, dll.
10. Teman-teman Manajemen angkatan 2014
11. Semua teman dan kenalan yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga laporan skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 27 Mei 2018

Iis Lauw

Daftar Isi

	Hal.
Halaman Judul	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xiv
Abstract	xvi
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah	2

1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.5.1 Variabel yang diteliti dalam penelitian ini.....	4
Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Pengertian Harga.....	7
2.2 Pengertian Citra Toko.....	8
2.3 Pengertian Promosi.....	10
2.3.1 Tujuan Promosi	10
2.3.2 Bauran Promosi.....	11
2.4 Pengertian Pelayanan.....	12
2.5 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13
2.6 Penelitian Terdahulu.....	16
2.7 Kerangka Berpikir.....	17
2.8 Hipotesis Penelitian.....	18
Bab 3 Metode Penelitian.....	19
3.1 Desain Penelitian	19

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.3 Pengumpulan Data.....	19
3.3.1 Populasi	19
3.3.2 Sampel.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Instrumen Penelitian	20
3.6 Teknik Analisis Data.....	22
3.7 Uji Hipotesis	23
Bab 4 Analisis dan Pembahasan.....	26
4.1 Analisis Kuantitatif	26
4.2 Analisis Deskriptif	28
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	30
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	31
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Mirota Kampus dalam 6 bulan.....	32
4.2.7 Rangkuman Karakteristik Responden.....	33

4.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²)	34
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	35
4.4.1 Uji F.....	36
4.4.2 Uji t.....	37
4.5 Pembahasan.....	40
4.5.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta.....	40
4.5.2 Pengaruh Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	40
4.5.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	41
4.5.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta	42
Bab 5 Kesimpulan dan Saran.....	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	45
Daftar Pustaka	47
Lampiran	49

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Daftar Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas	27
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir.....	30
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per bulan	31
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Mirota Kampus dalam 6 bulan terakhir	33
Tabel 4.9	Rangkuman Karakteristik Responden	33
Tabel 4.10	Hasil Uji Adjusted R^2	35
Tabel 4.11	Regresi Linear Berganda	35
Tabel 4.12	Hasil Uji F	37
Tabel 4.13	Hasil Uji t	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	17
-------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2	Data Validitas dan Reliabilitas	54
Lampiran 3	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
Lampiran 4	Profil Responden	61
Lampiran 5	Analisis Regresi Bberganda	63
Lampiran 6	Surat Izin Penelitian	66
Lampiran 7	Formulir Revisi Judul Skripsi	67

©UKYDWN

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN PELAYANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dengan harga, citra toko, promosi dan pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tinggal di Yogyakarta yang menjadi pelanggan Mirota Kampus yang takterhingga, pengambilan sampel yang digunakan dengan purposive sampling, data di peroleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampling sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil instrumen menunjukan semua valid dan realibel uji regresi berganda menunjukkan $Y = 0,323 + 0,369 X_1 + 0,197 X_2 + 0,014 X_3 + 0,442 X_4$. Menunjukkan bahwa harga, citra toko, promosi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel yang paling dominan harga, hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel dengan $F = 51,911$ dengan signifikan 0,000. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh secara parsial antar variabel harga, citra toko dan pelayanan terhadap variabel kepuasan. Uji R^2 diperoleh sebesar 0,673 ini menunjukkan bahwa pengaruh harga, citra toko, promosi dan pelayanan sebesar 67,3% sedangkan sisanya 32,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Harga, Citra Toko, Promosi, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Analysis Of The Impact Of Price, Image, Promotion, & Costumer Services On Consumer's Satisfaction Of Mirota Kampus In Yogyakarta

This research aims to explore the are consumer's statisfication on price, promotion, and customer service. Population in this research the Mirota Kampus ' Costumers in Yogyakarta. The collection of samples is done through purposive sampling, Data is collected through the spreading of questioners, and the total of sampling is 100 respondents. Data collection Technique is done through questioner and thr analysis technique uses the descriptive analysis and multiple regression analysis.

The result of instruments shows that all variables are valid and reliable the , multiple regression test shows $Y = Y - 0,323 + 0,369 X_1 + 0,197 X_2 + 0,014 X_3 + 0,442 X_4$. Confirming the price, image, promotion, and customer service have positive impact on customer's satisfaction.

The most dominat variabel is price, the outcone of F test shows there is an interrelated effect among all the variable, with $F = 51,911$ significantly 0,000. The outcome of t test shows that there is a partial effect between variables of price, image and service towards satisfaction. The test or R^2 is 0,673 . It shows that the impact of price, image, promotion, and customer service is 67,3%, while the rest of 32,7% is caused by other factors.

Key Words : Price, Image, Promotion, Costumer Service, Consumer's Satisfaction.

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA TOKO, PROMOSI DAN PELAYANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIROTA KAMPUS DI YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan konsumen dengan harga, citra toko, promosi dan pelayanan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang tinggal di Yogyakarta yang menjadi pelanggan Mirota Kampus yang takterhingga, pengambilan sampel yang digunakan dengan purposive sampling, data di peroleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampling sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil instrumen menunjukan semua valid dan realibel uji regresi berganda menunjukkan $Y = 0,323 + 0,369 X_1 + 0,197 X_2 + 0,014 X_3 + 0,442 X_4$. Menunjukkan bahwa harga, citra toko, promosi dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Variabel yang paling dominan harga, hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel dengan $F = 51,911$ dengan signifikan 0,000. Hasil uji t menunjukkan ada pengaruh secara parsial antar variabel harga, citra toko dan pelayanan terhadap variabel kepuasan. Uji R^2 diperoleh sebesar 0,673 ini menunjukkan bahwa pengaruh harga, citra toko, promosi dan pelayanan sebesar 67,3% sedangkan sisanya 32,7% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Harga, Citra Toko, Promosi, Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Analysis Of The Impact Of Price, Image, Promotion, & Costumer Services On Consumer's Satisfaction Of Mirota Kampus In Yogyakarta

This research aims to explore the are consumer's statisfication on price, promotion, and customer service. Population in this research the Mirota Kampus ' Costumers in Yogyakarta. The collection of samples is done through purposive sampling, Data is collected through the spreading of questioners, and the total of sampling is 100 respondents. Data collection Technique is done through questioner and thr analysis technique uses the descriptive analysis and multiple regression analysis.

The result of instruments shows that all variables are valid and reliable the , multiple regression test shows $Y = Y - 0,323 + 0,369 X_1 + 0,197 X_2 + 0,014 X_3 + 0,442 X_4$. Confirming the price, image, promotion, and customer service have positive impact on customer's satisfaction.

The most dominat variabel is price, the outcone of F test shows there is an interrelated effect among all the variable, with $F = 51,911$ significantly 0,000. The outcome of t test shows that there is a partial effect between variables of price, image and service towards satisfaction. The test or R^2 is 0,673 . It shows that the impact of price, image, promotion, and customer service is 67,3%, while the rest of 32,7% is caused by other factors.

Key Words : Price, Image, Promotion, Costumer Service, Consumer's Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin modern, begitu banyak bisnis ritel yang mulai bermuculan dan sangat meningkat atau pesat dengan melakukan persaingan dalam meningkatkan usaha yang dijalankan. Bisnis ritel modern dalam bentuk toko serba ada, seperti department store, supermarket dan minimarket sudah menjadi pilihan utama sebagai tempat berbelanja bagi konsumen di Indonesia. Tingkat persaingan yang semakin tinggi akan mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, dan lokasi toko. Fasilitas toko yang memberikan kesan atau perasaan nyaman dan pelayanan yang sangat baik. Sehingga, mempengaruhi konsumen untuk berkunjung atau berbelanja. Pada saat ini, persaingan pada usaha-usaha ritel tidak hanya pada harga, tetapi menyangkut variabel lain yang berkaitan dengan nilai dalam pengalaman belanja pelanggan. Masyarakat pada saat ini sangat menginginkan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas, yaitu pelayanan yang sesuai dengan harapannya dan pada akhirnya dapat memuaskan konsumen.

Dalam perkembangan akhir-akhir ini pusat perbelanjaan terus berkembang dan bersaing semakin ketat, pada realita yang ada pusat perbelanjaan harus bekerja keras untuk menarik konsumen dan mampu bersaing dengan membangun citra yang baik dimata konsumen maupun publik karena citra dapat mempengaruhi proses pembelian suatu produk atau jasa. di kota-kota besar Indonesia termasuk kota Yogyakarta. Yogyakarta dikenal sebagai kota yang istimewa bagi pelajar atau mahasiswa yang kuliah merantau di kota ini. Selain itu, Yogyakarta menjadi kota budaya yang sangat identik dengan kraton, kota wisata alam maupun kota kuliner. Hal tersebut menjadikan banyak orang yang ingin berkunjung dan bahkan tinggal di kota Yogyakarta. Hal tersebut juga mendorong terus-menerus muncul dan

berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan di kota ini. Salah satunya yaitu Perusahaan Mirota, Mirota adalah perusahaan yang bergerak di bidang bisnis ritel. Usaha bisnis ritel ini terus berkembang dalam berbagai jenis usaha hingga saat ini yaitu : Mirota Batik, Mirota KSM Inc susu bayi, Mirota Ice Cream, Mirota Kampus, Mirota Bakery, Mirota Wartel, Mirota foto. Salah satunya adalah Mirota Kampus Department Store.

Dalam usaha penjualan yang dilakukan oleh Mirota kampus tidak lepas dari kegiatan pelaksanaan strategi promosi. Promosi dapat dijadikan sebagai sarana yang dapat digunakan dan untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan yaitu meningkatkan penjualan. Pesan atau promosi yang kurang efektif dapat membuat konsumen kurang mengerti tentang informasi produk yang disampaikan. Bauran promosi yang dilakukan Mirota Kampus Yogyakarta jalan C. Simanjuntak terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan tatap muka, dan publisitas dalam persaingan bisnis. Promosi akan kualitas produk yang ditawarkan dengan harga murah didukung fasilitas menjadi modal utama untuk menarik konsumen. Konsumen dalam berbelanja juga mempertimbangkan dan memilih lokasi yang akan dikunjungi. Lokasi yang sangat strategis dan tepat akan lebih menguntungkan karena sebagian konsumen akan lebih menyukai tempat yang mudah dijangkau. Ini menjadikan mirota kampus sebagai salah satu rekomendasi bagi pelanggan yang senang berbelanja dan berkunjung memberikan potensi yang sangat besar bagi konsumen yang sangat loyal untuk perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian tentang “ **Analisis Pengaruh Harga, Citra Toko, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta**”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus di Yogyakarta?
- b. Apakah ada pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus di Yogyakarta?
- c. Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus di Yogyakarta?
- d. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus di Yogyakarta?
- e. Apakah ada pengaruh harga, citra toko, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus.
- b. Untuk mengetahui pengaruh citra toko terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Mirota Kampus.
- e. Untuk mengetahui pengaruh harga, citra toko, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Menambah wawasan pengetahuan bagi khalayak umum
- b. Sebagai Praktisi bagi perusahaan atau industri yang sama dalam mengelola bisnisnya
- c. Sebagai Kebijakan bagi investor yang ingin meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan serupa.

1.5 Batasan Masalah

Karena luasnya penelitian tentang kepuasan konsumen, maka penelitian ini dibuat batasan agar penelitian tetap konsisten. Adapun batasan penelitian yang ada adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini dilakukan hanya pada Mirota Kampus Yang terletak di Jalan C. Simanjuntak, Yogyakarta (Mirota Kampus UGM).
- b. Responden adalah yang pernah belanja di Mirota Kampus minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir.
- c. Waktu penelitian dilaksanakan Februari 2018 sampai dengan selesai.
- d. Jumlah responden 100 orang.
- e. Variabel yang diteliti adalah mengenai harga, citra toko, promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5.1 Variabel Yang Diteliti Dalam Penelitian Ini :

Variabel-variabel yang diteliti berdasarkan pada *harga, citra toko, promosi* dan *pelayanan* sebagai variabel bebas atau independen, kemudian kepuasan konsumen sebagai variabel terikat atau dependen.

- a. Harga, Swastha dan Irawan (2009:93) mendefinisikan harga sebagai jumlah uang (ditambah beberapa produk) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Dalam penelitian ini penulis membaginya dalam beberapa atribut penting seperti kesesuaian harga dengan kualitas barang, daya saing harga, kesesuaian barang dengan manfaat barang, harga yang sangat terjangkau.
- b. Menurut Kotler dan Keller (dikutip dari Beladin, 2013) citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Maka membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan publik. Citra toko dapat diukur melintasi beberapa dimensi yang mencerminkan atribut yang mencolok. Menurut Engel dan Miniard (1995:257) menyatakan bahwa citra pengecer mempunyai enam dimensi, yaitu : lokasi, keragaman, harga, iklan dan promosi penjualan, personil toko serta pelayanan.
- c. Promosi, Tjiptono (2008:219), mendefinisikan bahwa promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Dalam penelitian ini penulis membaginya dalam beberapa atribut penting sampel, kupon, potongan harga (diskon), undian, kontes.
- d. Pelayanan, Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak pada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produksi layanan bisa berhubungan

dengan produksi fisik maupun tidak (Bilson Simamora, 2001 : 172).

Dalam penelitian ini penulis membaginya dalam beberapa atribut penting seperti kualitas pelayanan, kebersihan, kenyamanan, lokasi, kecepatan layanan, serta sikap dan perlakuan karyawan.

- e. Kepuasan : menurut Supranto (2006) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapan. Dalam penelitian ini penulis membaginya dalam beberapa atribut penting seperti kepuasan konsumen kualitas produk, bentuk, merek dan kemasan. Setelah mengunjungi Mirota Kampus, keinginan untuk kembali mengunjungi Mirota Kampus dan keinginan untuk merekomendasikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan penulis berkaitan dengan Analisis Pengaruh Harga, Citra Toko, Promosi, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen Mirota Kampus di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Dari hasil tabel data Deskripsi Karakteristik responden, pengolahan data dilakukan dengan 100 responden. Analisis deskriptif penelitian didapatkan bahwa mayoritas jenis kelamin atau gender responden perempuan yaitu sebanyak 69 orang (69%), dengan usia lebih didominasi adalah pada 18-25 tahun yaitu sebanyak 92 orang (92%), pendidikan lebih dominan adalah SMA sebanyak 56 orang (56%), pengeluaran per bulan lebih dominan di antara jumlah > Rp 1.001.000-1.500.000 sebanyak 44 orang (44%), pekerjaan lebih dominan adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 86 orang (86%) dan yang terakhir yaitu frekuensi kunjungan dalam 6 bulan terakhir lebih dominan yaitu 3 kali sebanyak 46 Orang (46%) .
- b. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Harga, citra toko dan Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta. Sedangkan variabel Promosi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta. Hal tersebut dapat diartikan bahwa konsumen yang berkunjung ke Mirota Kampus merasakan kepuasan berdasarkan Harga, citra dan Pelayanan . Tetapi secara keseluruhan harga, citra toko promosi dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus di Yogyakarta.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian ini, dapat diberi saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

a. Harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan Mirota Kampus memberi harga sesuai dengan kualitas barang dan mendapatkan barang yang dibelikan untuk konsumen merasa puas pada barang yang diharapkan.

b. Citra toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan mempertahankan citra Mirota Kampus dapat meningkatkan kesan yang baik bagi konsumen.

c. Promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus Yogyakarta.

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, diharapkan promosi dari Mirota Kampus terus ditingkatkan untuk mengenalkan Mirota Kampus kepada konsumen dengan memberikan strategi atau inovasi promosi yang lebih menarik konsumen, misalkan memberikan potongan harga atau diskon – diskon untuk memudahkan konsumen dalam membeli suatu produk yang ditawarkan agar merasakan kepuasan . Untuk mengetahui harga yang ditetapkan oleh Mirota.

d. Pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen Mirota Kampus

Yogyakarta. Berdasarkan penelitian responden dalam penelitian ini, diharapkan Mirota Kampus meningkatkan dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang datang, dengan berkomunikasi yang baik dengan konsumen dan sopan satun kepada konsumen yang berkunjung atau berbelanja.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih dalam atau melanjutkan penelitian ini, penulis sarankan untuk dapat mencari atau mengali informasi – informasi yang akurat tentang penelitian ini dengan mencari faktor-faktor atau variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain harga, citra toko, promosi dan pelayanan. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lainnya agar data yang diinginkan sesuai dan lebih efektif

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Irawan, (2005), *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta
- Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung: CV. Alfabeta
- Engel, J.F.,R.D. Blackwell, dan P.W. Miniard. 1995. *Consumer Behavior*. USA : The Dryden Press.
- Fardiani Aprillia. Nia, 2013, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Café Pandanaran Semarang*, Skripsi : UNDIP. (<http://www.undip.ac.id>)
- Fuad Noor, 2013, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (Studi kasus toko Amin Jaya Jepara)*.Skripsi : UNDIP. (<http://www.undip.ac.id>)
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi kelima.)Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghosh, A. (1994). *Retailing Management*. Chicago : Dryden Press
- J. Supranto, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta, Rineka Cipta
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2009). *Manajemen pemasaran* jilid 1, edisi Ketiga belas, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip . 2005. *Manajemen Pemasaran*,Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler,Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Hardiyati Ratih, 2010, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Skripsi : UNDIP (<http://eprints.undip.ac.id>)
- Prasetyo A. Restu, 2015, *Pengaruh Store Atmosphere, Keragaman Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mirota Batik Yogyakarta*. Skripsi. UNY(eprints.uny.ac.id)

- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke dua puluh satu. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedelapanbelas. Bandung: CV Alfabeta
- Simamora, Bilson. 2001. *Memenangkan pasar dengan pemasaran yang efektif dan profitable*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Simamora, Bilson, 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*: Jakarta : PT Gramedia Pustaka
- Tan Erwin Rediono 2011, *Pengaruh Harga, Promosi Dan Pelayan Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Belanja Di Alfamart Surabaya*. Jurnal Kewirausahaan. Vol.5, No.2 Desember 2011 (<http://lp3m.widyakartika.ac.id>)
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta
- Rahayu Mintarti. Dkk, 2016, *Analisis Pengaruh Citra Toko, Citra Merek Produk Private Label, dan Nilai Yang Persepsikan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Giant di Kota Malang)*. Jurnal Ekonomi Bisnis, Tahun 21, Nomor 1, Maret 2016, Skripsi : UB (<https://media.neliti.com>)
- Wirayanthi Noverita, 2018, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Private Label Indomaret Di Yogyakarta (Studi Kasus pada Mahasiswa)*. Skripsi: UKDW (ukdw.ac.id)
- Yanto.D. T. A, 2013, *Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Alfamart Kamal*, Jurnal Ilmu Manajemen Vol.1, No.4 Juli 2013, Skripsi: Unesa, (unesa.ac.id)
- Yulius Resky, 2018, *Analisis Pengaruh Attractions, Accessibility, Amenities Dan Ancillary Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Obyek Wisata Hutan Pinus Mangunan D.I.YOGYAKARTA*. Skripsi : UKDW ([ukdw.ac,id](http://ukdw.ac.id))
-,2018.<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-department-store-faktor.html>
-,2018. <https://www.kajianpustaka.com/2013/04/kualitas-pelayanan-pelanggan.html>