

SKRIPSI

“ Pengaruh *Tangible, Responsiveness, Reliability* dan *Product Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* ”



Disusun Oleh:

Otniel Felix Yuwono

11150016

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**PENGARUH *TANGIBLE, RESPONSIVENESS, RELIABILITY* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TUMBAS
*MIMIK MILKSHAKE AND COFFEE***

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun oleh :

OTNIEL FELIX YUWONO

NIM : 11150016

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH *TANGIBLE, RESPONSIVENESS, RELIABILITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TUMBAS MIMIK MILKSHAKE AND COFFEE

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

OTNIEL FELIX YUWONO

11150016

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

dan dinyatakan LULUS untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Pada tanggal 22 JAN 2020

Dosen Penguji :

1. Dra. Ety Istriani, MM
(Ketua Tim / Dosen Penguji)
2. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Pembimbing / Dosen Penguji)

Yogyakarta, 27 JAN 2020

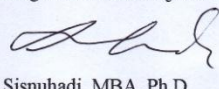
Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Permas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH *TANGIBLE, RESPONSIVENESS, RELIABILITY* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TUMBAS
MIMIK MILKSHAKE AND COFFEE**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat – syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah **MURNI** hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, *27 Januari 2020*.....



Otniel Felix Yuwono (11150016)

MOTTO

“ When life leaves us blind, love keeps us kind “

– Chester Bennington

“ Stay hungry, stay foolish “

– Steve Jobs

“ Your unhappy costumers are your greatest source of learning “

– Bill Gates

“Dalam hidup saya, saya tidak akan menghancurkan nurani saya.”

– Basuki Tjahjā Purnama a.k.a Ahok

“ Pada mulanya adalah Firman, Firman itu bersama – sama dengan Allah, dan
Firman itu adalah Allah “

– Yohanes 1:1

“ Percayalah kepada Tuhan dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar
kepada pengertianmu sendiri ”

– Amsal 3:5

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus, atas segala rahmat, berkat, dan tuntunan dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “PENGARUH *TANGIBLE, RESPONSIVENESS, RELIABILITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TUMBAS MIMIK *MILKSHAKE AND COFFEE*“. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih karena jika bukan campur Tangan KuasaMu, penulis tak akan mampu melewati proses ini.
2. Papa dan Mama, terima kasih karena bimbingan serta kasih sayang yang kalian berikan kepada saya, hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Felix sayang papa dan mama.
3. Cek Djien dan Enciem Meli, terima kasih sudah menjadi mentor untuk Felix, terutama Cek Djien yang sudah menjadi Ayah kedua saya, menjadi mentor saya dalam menjalani hidup, bagaimana berperilaku selayaknya pria dewasa, bagaimana menjadi tegas dan disiplin dalam hidup.
4. Kakak tercinta, Kevin Reinhart Christopher, S.M, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama saya mengerjakan skripsi.

5. Kekasih tersayang, Catherine, karena sudah mendukung dan member semangat untuk saya.
6. Teman – teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama di Jogja.
7. Keluarga yang paling saya cintai, Lpf *Community*, Ko Aday, Ko Petter, Ko Rio, Ko Ardi, Ko Michael, Ko Ong, Ko Lucas, Ko Erik, Ko Teddy, Ko Dike, Ivan dan keluarga dari Papa dan Mama yang tercinta. Terima kasih, jika bukan karena kalian, saya tidak mampu menjadi Felix yang sekarang. Terima kasih juga karena kalian sudah mengajarkan bagaimana saling menghargai, menyayangi satu sama lain. *Love you guys.*

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

Yogyakarta,.....

Otniel Felix Yuwono. (11150016)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Allah Yesus Kristus yang telah memberikan rahmat dan kasih sayangNya yang tidak terbatas sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi “Pengaruh *Tangible, Responsiveness, Reliability* dan *Product Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee*”.

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini guna memenuhi syarat – syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta (UKDW).

Dalam proses pekerjaan Skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang dalam kepada :

1. Dr. Perminas Pangeran, M.Si selaku dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Terima kasih telah menjadi dekan dan dosen yang memberi semangat dan inspirasi bagi para mahasiswanya.
2. Drs. Sisnuhadi, MBA.,Ph.D 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. Bapak Jonathan Herdioko, S.E, M.M., selaku dosen yang telah mencurahkan aspirasi dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan skripsi ini.
5. *Owner* dari Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee*, Mas Deo, atas ketersediaan dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Para pengunjung Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* yang telah bersedia memberikan waktunya untuk menjadi responden dan memberikan data penelitian.
7. Terkhusus, yang terhebat dan teristimewa untuk kedua orang tua saya, Philipus Yuwono dan Yuliana Mesach. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, kasih sayang, kepercayaan, dan inspirasi di sepanjang hidup saya. Terima kasih untuk papa dan mama atas kesempatan, kepercayaan dan doa yang telah diberikan untuk anakmu selama ini. Terima kasih atas dukungan materi maupun non materi yang telah berperan banyak dalam menyelesaikan studi saya. Kasih sayang kalian selalu menjadi penyemangat dan inspirasi serta motivasi dalam hidup saya. Melihat kalian bahagia adalah tujuan hidup saya saat ini. Sayang dan cinta kalian. Tunggu aku sukses ya.
8. Terima kasih untuk saudara- saudariku Ko Gersom, Ko Hans, Kevin, Ce Yaya, Ce Olan, Ko Aday, Ko Petter, Ko Dike, Ko Lukas, Ko Rio, Kak Gerry, Ko Ardi, Ko Michael, Ko Teddy, Ko Ong, para sahabatku Limbong, Kevin S, Christian Weka, Alex, Delvina, Ivan. Terima kasih atas doa dan dukungan

motivasi. Terima kasih telah menjadi saudara dan sahabat yang terbaik di kehidupan saya.

9. Teristimewa untuk kekasih, perempuan hebat yang membuat pasangannya hebat, Catherine. Terima kasih atas cinta, doa, dukungan, inspirasi dan kasih sayangnya selama ini. Terima kasih atas semangat hidup yang diberikan, dan kesabarannya.

10. Sahabat-sahabat Perkam *Family*, dan Teman-teman Fakultas Bisnis 2015. Terima kasih untuk kenangan, bantuan, pelajaran dan cerita hebat selama saya di Yogyakarta. Semangat buat kalian semua dan sampai bertemu di puncak kesuksesan.

11. 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,.....

Otniel Felix Yuwono (11150016)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian, Faktor dan Pengukuran Kepuasan Konsumen	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.1.4 Hubungan antara Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	20
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.3 Kerangka Penelitian.....	25
BAB III.....	26

METODE PENELITIAN	26
3.1 Data	26
3.1.1 Sumber Data	26
3.1.2 Pengumpulan Data	27
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.2 Model Penelitian	30
3.3 Definisi Variabel dan Pengukurannya	30
3.3.1 Variabel Penelitian.....	31
3.3.2 Pengukuran Variabel	34
3.4 Metode Analisis Data	35
3.4.1 Uji Validitas	35
3.4.2 Uji Reliabilitas	36
3.4.3 Analisis Prosentase	38
3.5 Uji Statistik	39
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.5.2 Uji Hipotesis.....	40
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN	43
4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	43
4.1.1 Uji Validitas	43
4.1.2 Uji Reliabilitas	49
4.2 Profil	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	51
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan	53
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi	54
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	56
4.3 Uji Hipotesis	57
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3.2 Uji Signifikasi secara Simultan (Uji F)	60

4.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.3.4 Uji Signifikasi secara Parsial (Uji T)	63
4.4 Analisis	72
BAB V.....	78
SIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	86

©UKDW

DAFTAR TABEL

Table 1. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	44
Table 2. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	45
Table 3. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	46
Table 4. Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i>	47
Table 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	48
Table 6. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
Table 7. Karakteristik responden berdasarkan usia	51
Table 8. Karakteristik responden berdasarkan gender	52
Table 9. Karakteristik responden berdasarkan kunjungan	53
Table 10. Karakteristik responden berdasarkan informasi	54
Table 11. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	55
Table 12. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan	56
Table 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Table 14. Nilai Uji F	61
Table 15. Nilai Koefisien Determinasi R^2	63
Table 16. Nilai Uji T	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kepuasan Pelanggan	12
Gambar 2. Kerangka Penelitian	25
Gambar 3. Model Penelitian yang digunakan	30

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER	86
LAMPIRAN 2 DATA EXCEL (HASIL KUESIONER).....	91
LAMPIRAN 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	109
LAMPIRAN 4 HASIL UJI T, UJI F, dan KOEFISIEN R2.....	114
LAMPIRAN 5 TABEL UJI T.....	117
LAMPIRAN 6 TABEL UJI F	118
LAMPIRAN 7 TABEL r	119
LAMPIRAN 8 KARTU KONSULTASI SKRIPSI	120
LAMPIRAN 9 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	122

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini dalam dunia kuliner, tentunya kafe tidak pernah lepas dari perhatian masyarakat luas, sehingga dapat dikatakan bahwa kafe tidak hanya menjadi sekedar perhatian, tetapi juga menjadi tren bagi masyarakat di seluruh dunia bahkan di Indonesia terutama kalangan mahasiswa. Saat ini sudah banyak orang lebih memilih untuk membuka usaha kafe, karena dengan membuka usaha tersebut dapat membangun hubungan atau relasi dengan para pelanggan, dan dalam mengembangkan produk yang ditawarkan, kemudian hobi di bidang tersebut dapat tersalurkan.

Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* yang terletak di Jl. Suratmajan, Kec. Danurejan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55213, Indonesia ini merupakan kafe yang tergolong kecil dan di bangun pada tahun 2015. Namun, telah menjadi tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Yogyakarta, terutama dari kalangan mahasiswa. Tempat yang disediakan sederhana, hanya di pinggir jalan tepatnya di depan ruko. Fasilitas yang diberikan oleh Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* yaitu *open bar* dan juga *live* musik. Dengan adanya *open bar* tersebut, pelanggan dapat melihat langsung proses pembuatan kopi dan juga dapat bertanya langsung kepada barista. Harga dari produk-produk yang mereka tawarkan pun beragam. Produk-produk yang Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* sediakan tidak hanya kopi, namun *snack*, minuman, hingga makanan.

Metode promosi Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* sendiri mengandalkan sosial media seperti instagram, twitter, facebook, dan lainnya mengingat era sekarang merupakan era digital dan sudah banyak perusahaan menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produknya.

Menurut Phillip Kotler, faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: *Product Quality*, di mana konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kemudian ada *Service Quality*, di mana konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. *Emotional*, di mana konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen puas terhadap merek tertentu. Lalu ada *Price*, di mana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya, dan *Cost*, yang mana konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Kafe-kafe yang ada tentunya membuat penulis ingin meneliti seberapa puas masyarakat atau pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas dari kafe yang ada termasuk Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* yang penulis ambil, karena

tidak sedikit juga kafe yang tidak sanggup memuaskan para pelanggannya, di mulai dari faktor lambatnya pelayanan, dan tidak peka atau tidak tanggap terhadap apa saja yang diinginkan para konsumen. Kemudian dari segi harga yang mahal namun kualitas dibawah standar, dan juga mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang tinggi untuk pergi ke kafe yang ada. Untuk itulah mengapa penulis tertarik untuk meneliti dengan harapan dapat member jawaban dan kontribusi yang nyata kepada pihak-pihak yang ada.

Oleh karena itu, penulis mengambil judul **"PENGARUH *TANGIBLE, RESPONSIVENESS, RELIABILITY* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TUMBAS MIMIK *MILKSHAKE AND COFFEE*".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

- a. Apakah variabel dari *Tangible* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?
- b. Apakah variabel dari *Responsiveness* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?
- c. Apakah variabel dari *Reliability* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?

- d. Apakah variabel dari *Product Quality* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Tangible* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Responsiveness* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- c. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Reliability* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- d. Untuk mengetahui apakah variabel dari *Product Quality* Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Manfaat untuk Penulis

Dapat memberikan masukan dan pengalaman bagi penulis untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap fasilitas dan pelayanan yang ada di *Coffee Shop* atau kafe.

b. Manfaat untuk Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat berguna atau bermanfaat bagi kafe yang bersangkutan guna memberikan informasi seberapa pentingnya kepuasan konsumen terhadap fasilitas dan pelayanan dari kafe tersebut.

c. Manfaat untuk Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan atau wawasan di bidang manajemen marketing serta untuk keperluan riset yang selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti oleh penulis tidak terlalu luas, maka penulis melakukan batasan-batasan penelitian sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta dan di lingkungan Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee*.
- b. Responden yang dibutuhkan adalah masyarakat Yogyakarta baik mahasiswa/I, pegawai swasta, dll.
- c. Profil dari Responden yang meliputi usia, jenis kelamin, kunjungan, informasi, pekerjaan, dan pendapatan.

- d. Responden adalah orang yang pernah berkunjung ke Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee*.
- e. Variable yang digunakan adalah variabel *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, ditambah Kualitas Produk.
- f. Jumlah dari responden adalah 100 Masyarakat atau konsumen yang pernah berkunjung ke Tumbas Mimik *Milkshake and Coffee*.

Profil dari responden / konsumen, tak lain :

- A. Jenis Kelamin : Pria / Wanita
- B. Usia : 17-30 Tahun
- C. Tingkat Pendapatan :
 - 1. $\leq$ Rp. 1.000.000,00
 - 2. Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00
 - 3. $>$ Rp. 2.000.000,00 – Rp. 3.000.000,00
 - 4. $>$ Rp. 3.000.000,00
- D. Pekerjaan :
 - 1. Pelajar / Mahasiswa
 - 2. Pegawai
 - 3. Wiraswasta
 - 4. Lain-lain

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Profil Konsumen

- a. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia 21 – 25 tahun.
- b. Berdasarkan jenis kelamin, disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.
- c. Berdasarkan jumlah kunjungan, disimpulkan bahwa paling banyak responden telah mengunjungi Tumbas Mimik Milkshake and Coffee sebanyak 1-3 kali.
- d. Berdasarkan mendapatkan informasi, disimpulkan bahwa paling banyak responden mendapatkan informasi tentang Tumbas Mimik Milkshake and Coffee dari *Word of Mouth* (keluarga, teman, dan relasi).
- e. Berdasarkan pekerjaan, disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Tumbas Mimik Milkshake and Coffee merupakan pelajar/mahasiswa.
- f. Berdasarkan pendapatan, dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi Tumbas Mimik Milkshake and Coffee memiliki pendapatan 1.000.000 – 2.000.000.

2. Analisis kualitas pelayanan Bukti Langsung (*Tangible*), Keandalan Karyawan (*Reliability*), Ketanggapan Karyawan (*Responsiveness*), dan Kualitas Produk) terhadap kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Bukti Langsung (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
- b. Ketanggapan karyawan (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- c. Keandalan karyawan (*reliability*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
- d. Kualitas Produk (*product quality*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee secara parsial. Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

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

5.3 Saran

a. Bagi Perusahaan

1. Dalam variabel ini, di dapatkan hasil probabilitas variabel bukti langsung (*tangible*) sebesar 0,004 penelitian menyatakan bahwa, variabel bukti langsung (*tangible*) ini memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa pihak Tumbas Mimik Milkshake and Coffee memperhatikan variable ini. Dari hasil penelitian ini, pihak dari Tumbas Mimik Milkshake and Coffee memperhatikan tempat yang dapat membuat nyaman, penerangan yang memadai, penampilan karyawan yang rapi dan menarik, peralatan kopi yang lengkap, area tempat parkir yang luas. Sementara rata-rata konsumen yang mayoritas adalah lelaki berusia 21-25 tahun yang masih menjadi mahasiswa sangat memperhatikan detail ini karena fasilitas sangat berpengaruh terhadap suasana dari tempat yang dikunjungi.

2. Dalam hal variabel ketanggapan karyawan (*responsiveness*), diperoleh nilai probabilitas variabel keandalan layanan sebesar 0,153. Variabel ini tidak memiliki pengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, karyawan Tumbas Mimik Milkshake and Coffee dapat dikatakan memahami *jobdesk* mereka. Keinginan konsumen dalam mendapatkan ketanggapan seperti pelayanan yang cepat dan tanggap, karyawan yang dapat memahami *jobdesk*, sikap yang sigap dalam menghadapi *complain* atau keluhan konsumen sudah menjadi suatu ukuran dari kepuasan konsumen. Karyawan Tumbas Mimik Milkshake and Coffee mampu untuk lebih memahami *jobdesk* mereka. Sehingga, apabila pengunjung memberikan kritik atau keluhan, karyawan mampu melayani dan memahami apa keinginan dari mereka dengan baik. Karyawan juga mampu memberikan layanan yang adil dan cepat dengan cara tidak memilih pengunjung tertentu maupun lawan gender. Sehingga, kesimpulan ini dapat dikatakan bahwa pihak Tumbas Mimik Milkshake and Coffee dapat memfokuskan kinerja karyawan khususnya dari sisi ketanggapan karyawan agar kepuasan konsumen tetap terjaga secara konsisten.
3. Berdasarkan analisis diperoleh, nilai probabilitas variabel keandalan karyawan (*reliability*) adalah sebesar 0,042. Variabel ini memiliki pengaruh dalam kepuasan konsumen di Tumbas Mimik Milkshake and Coffee. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Tumbas Mimik Milkshake and Coffee memperhatikan elemen ini dimana justru sebaliknya, konsumen

sangat memperhatikan keandalan karyawan sebagai ukuran kepuasan, ditambah konsumen yang mengunjungi tempat ini adalah mahasiswa yang berusia 21-25 tahun yang kebanyakan adalah laki-laki. Bentuk keandalan ini antara lain adalah dengan tepat waktu dalam memberikan pelayanan, reputasi karyawan yang memuaskan dimata konsumen, dan mampu meracik produk yang ada dengan akurat.

4. Berdasarkan analisis yang dilakukan penulis, diperoleh nilai probabilitas variabel kualitas produk sebesar 0,001. Penelitian menyatakan bahwa nilai variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa pihak Tumbas Mimik Milkshake and Coffee harus memperhatikan variabel ini. Hal ini dikarenakan faktor kualitas produk merupakan salah satu bagian yang paling penting dari rangkaian kualitas layanan. Hal ini juga dapat mendukung kenyamanan dan rasa penasaran konsumen yang rata-rata adalah mahasiswa 21-25 tahun yang berjenis kelamin laki-laki terhadap produk yang ditawarkan oleh Tumbas Mimik Milkshake and Coffee.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tetapi juga dapat diberikan dengan pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode *interview* untuk menjadi masukan dalam menganalisis responden. Sehingga, dengan metode wawancara yang dilakukan, hasil didapatkan dapat lebih maksimal.
2. Peneliti selanjutnya dapat menambah cakupan dari jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak lagi.
3. Waktu penyebaran kuesioner biasanya akan efektif jika dilakukan setelah konsumen selesai mengunjungi Tumbas Mimik Milkshake and Coffee atau dalam posisi rileks dan tidak ada kesibukan lain, agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2003). Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2001). Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Umar, Husein. (1997). Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Aldi Indra Gunawan. Osa Omar Sharif. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Pada Toko Olivia Collection. *e-Proceeding of Management*, 5 (3): 2965-2971
- Basrah Saidani. Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.3.
- Cynthia Violita Wijaya. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *AGORA*, 5 (1).
- Farly, Juandry (2015) Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Online di Distro Bloods Bandung di BEI Tahun 2007-2010. Vol 1. No 2. *Diponegoro Journal Of Management*.

- Hariasari, Ardina. 2015. Tingkat KepuasanKonsumenTerhadapProdukRestoranNikkou Ramen Yogyakarta [Thesis].Yogyakarta (ID). Universitas Negeri Yogyakarta.
<http://eprints.uny.ac.id/26328/1/ArdinaHariasari10511244015.pdf>. (Mei 2015).
- Hermalia (2014) AnalisisPengaruh Nilai PelangganTerhadapKepuasanPelangganPengguna Media Sosial Pada DjoeroeMasak Resto Kota Bandung. *E Jurnal* Vol. 3 No. 5 (2014).
- Jackson R.S. Weenas. 2013. KualitasProduk, Harga, Promosi dan KualitasPelayananPengaruhnyaTerhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA*, 1(4): 607-618.
- Mohamad Rizan. RhezaPrasetya. Agung Kresnamurti. 2014. Pengruh Kualitas Produkdan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Terhadap Pengguna Laptop Merek Toshiba dan Pengguna Laptop Merek Acer). *JurnalRisetManajemenSains Indonesia (JRMSI)* Vol. 5 No. 1 (2014).
- Riadi, Muchlisin. 2013. Pengertian, Faktor dan PengukuranKepuasanKonsumen.
<https://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html>. (April 2013).
- Taufiq, Ibnu Al. 2015. KepuasanPengunjungTerhadapFasilitas dan KualitasPelayananRumahMakan di Pantai DriniKabupatenGunungKidul [Thesis]. Yogyakarta (ID). Universitas Negeri Yogyakarta.
<http://eprints.uny.ac.id/34034/1/IBNUALTAUFIQ.pdf>. (Desember 2015).