

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN MARY ANNE'S YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**LUCIA ERLINDA MAYA SARI**

**11104877**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2013**

**ANALYSIS OF THE FACTORS THAT AFFECT CUSTOMER  
SATISFACTION IN MARY ANNE'S YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**LUCIA ERLINDA MAYA SARI**

**11104877**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2013**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN MARY ANNE’S YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

**LUCIA ERLINDA MAYA SARI**

**NIM : 11104877**

**Jurusan : Manajemen**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2013**

## Halaman Pengesahan

Skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN MARY ANNE'S YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**LUCIA ERLINDA MAYA SARI**

**11104877**

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 **19 DEC 2013**

**Nama Dosen**

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

**Tanda Tangan**



Yogyakarta, **20 DEC 2013**

**Disahkan Oleh :**

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen,



**Dr. Singgih Santoso, MM**



**Petra Surya Mega Wijaya, SE, Msi**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN  
KONSUMEN MARY ANNE'S YOGYAKARTA**

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

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

Yogyakarta, .....



(Lucia Erlinda Maya Sari)

11104877

## MOTTO

*"Mintalah, maka akan diberikan kepadamu; carilah, maka kamu akan mendapat; ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu." (Matius 7:7)*

*"Kalau tidak bisa memilih sesuatu yang saya cintai, maka saya harus memilih untuk mencintai pilihan." (E.K.M)*

*"The miracle is not to fly in the air, or to walk on the water; but to walk on the earth." (Chinese Proverb)*

*"Do the difficult things while they are easy and do the great things while they are small. a journey of a thousand miles must begin with a single step." (Lao Tzu)*

*"Be thankful for what you have; you'll end up having more. If you concentrate on what you don't have, you will never, ever have enough." (Oprah Winfrey)*

*"If you don't change your life; your life will change you." (Shannon L. Alder)*

*"Life is more than just flowing water in the river. We can go to a land, contribute to a plant, then the plant grows big." (E.K.M)*

*In Christian, we are taught that GOD has plan for each of us. When he created us, HE also designed us to be perfectly fit to a plan. We are unique. Communicate with Him to figure what's our purpose of life. (E.K.M)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- **Tuhan Yesus Kristus**
- **Orang tua tercinta**
- **Kakakku Yosep Andi Setyawan &  
Adikku Marcella Nadya**
- **Teman-teman yang tercinta**
- **Almamaterku Duta Wacana**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kasih dan bimbingan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN MARY ANNE’S YOGYAKARTA”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Sejak awal penyusunan skripsi ini hingga selesai penulis mendapat banyak bantuan dan masukan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaanNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Petra Surya Mega Wijaya,SE,M.Si, sebagai dosen pembimbing yang selalu bersedia memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis.
3. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Univesitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Kedua Orangtua tercinta yang selalu mendukung dengan segala fasilitas dan kepercayaan yang diberikan kepada penulis.
5. Kakak tercinta Yosep Andi Setyawan (cecep) yang selalu memberikan semangat dan memberikan dukungan, terutama semasa kuliah, dan adik tercinta Marcella Nadya P.



6. Teman-teman yang selalu ada disaat suka dan duka penulis dalam menyelesaikan skripsi ini: Anik Dwi Untari, Melissa Kris, Ira Cendrawati, Melissa Febrianti, Devi Nathalia Hasanusi, dan Tommy Hermawan yang telah memberikan waktunya dan terimakasih untuk bimbingannya, dan juga untuk Carolina Novena.
7. Teman-teman YKFS 5: *Semawung Hamlet Team* (Nicole Nadia Septiane, Yohanes Sigit, dan terutama terimakasih untuk Ebed Kharistian Marsudi) terimakasih kerjasamanya sehingga penulis dapat menempuh skripsi setelah KKN berakhir.
8. Teman-teman seperjuangan Manajemen 2010, terutama Herlinda, Dinita Adistiany, Gloria Christie dan Christa Octalina yang sempat berjuang bersama selama masa kuliah dan semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari skripsi ini memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Akhir kata, semoga laporan ini berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, Desember 2013

Penulis

Lucia Erlinda Maya S.

## DAFTAR ISI

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL.....               | i    |
| HALAMAN PENGAJUAN.....           | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....          | iii  |
| HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....    | iv   |
| HALAMAN MOTTO.....               | v    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....         | vi   |
| KATA PENGANTAR.....              | vii  |
| DAFTAR ISI.....                  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                | xiii |
| DAFTAR GAMBAR.....               | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....             | xv   |
| ABSTRAKSI.....                   | xvi  |
| ABSTRAKSI.....                   | xvii |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>         |      |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....        | 4    |
| 1.3. Tujuan Penelitian .....     | 4    |
| 1.4. Manfaat Penelitian .....    | 5    |
| 1.5. Batasan Penelitian .....    | 5    |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>     |      |
| 2.1. Pengertian Pemasaran .....  | 7    |
| 2.2. Konsep Pemasaran.....       | 9    |

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 2.3. Manajemen Pemasaran.....                         | 11 |
| 2.4. Perilaku Konsumen.....                           | 12 |
| 2.5. Kepuasan Konsumen.....                           | 13 |
| 2.6. Faktor Pendorong Terhadap Kepuasan Konsumen..... | 14 |
| 2.7. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....               | 16 |
| 2.8. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....        | 17 |
| 2.9. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....        | 18 |
| 2.10. Bauran Pemasaran.....                           | 19 |
| 2.11. Services (Pelayanan).....                       | 22 |
| 2.12. Store Atmosphere (Atmosfer Toko).....           | 23 |
| 2.13. Pengaruh Antar Variabel.....                    | 24 |
| 2.14. Model Penelitian.....                           | 27 |
| 2.15. Pengembangan Hipotesis.....                     | 28 |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 3.1. Data.....                                | 30 |
| 3.1.1. Data Primer.....                       | 30 |
| 3.1.2. Data Sekunder.....                     | 30 |
| 3.2. Populasi dan Sampel.....                 | 31 |
| 3.2.1. Populasi.....                          | 31 |
| 3.2.2. Sampel.....                            | 31 |
| 3.3. Definisi Variabel dan Pengukurannya..... | 31 |
| 3.3.1. Definisi Variabel.....                 | 31 |
| 3.3.2. Pengukuran Variabel.....               | 35 |
| 3.4. Metode Pengajuan Kuisisioner.....        | 36 |

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 3.4.1. Uji Validitas.....                    | 36 |
| 3.4.2. Uji Reliabilitas.....                 | 37 |
| 3.5. Metode Analisis Data.....               | 38 |
| 3.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 38 |
| 3.5.2. Uji t.....                            | 39 |
| 3.5.3. Uji F.....                            | 40 |
| 3.5.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....  | 41 |

#### **BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN**

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. Analisis Deskriptif.....                                        | 43 |
| 4.2. Analisis Data Penelitian.....                                   | 44 |
| 4.2.1. Analisis Validitas.....                                       | 44 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas.....                                         | 48 |
| 4.3. Karakteristik Responden.....                                    | 49 |
| 4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....        | 49 |
| 4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                 | 50 |
| 4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....  | 51 |
| 4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....            | 52 |
| 4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..... | 53 |
| 4.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....                           | 55 |
| 4.5. Uji signifikansi Secara Parsial (Uji t).....                    | 55 |
| 4.6. Uji F.....                                                      | 59 |
| 4.7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                            | 59 |
| 4.8. Pembahasan.....                                                 | 60 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| 5.1. Kesimpulan.....                           | 71 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian.....              | 73 |
| 5.3. Saran.....                                | 73 |
| 5.3.1. Saran Untuk Perusahaan.....             | 73 |
| 5.3.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya..... | 75 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

©UKDW

## DAFTAR TABEL

|             |                                                        |    |
|-------------|--------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1.  | Perkembangan Jumlah Cafe .....                         | 1  |
| Tabel 4.1.  | Hasil Uji Validitas Pertama.....                       | 46 |
| Tabel 4.2.  | Hasil Uji Validitas Kedua.....                         | 47 |
| Tabel 4.3.  | Hasil Uji Reliabilitas.....                            | 49 |
| Tabel 4.4.  | Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....        | 50 |
| Tabel 4.5.  | Profil Responden Berdasarkan Usia.....                 | 51 |
| Tabel 4.6.  | Profil Responden Berdasarkan Pendidikan terakhir.....  | 52 |
| Tabel 4.7.  | Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....            | 53 |
| Tabel 4.8.  | Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan..... | 54 |
| Tabel 4.9.  | Uji t.....                                             | 56 |
| Tabel 4.10. | Uji F.....                                             | 59 |
| Tabel 4.11. | Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                   | 60 |
| Tabel 4.12. | Pembahasan.....                                        | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 2.1. Model Penelitian..... | 28 |
|----------------------------|----|

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

|              |                                |
|--------------|--------------------------------|
| Lampiran I   | Kuesioner                      |
| Lampiran II  | Uji Validitas dan Reliabilitas |
| Lampiran III | Karakteristik Responden        |
| Lampiran IV  | Uji Hipotesis                  |
| Lampiran V   | Surat Ijin Penelitian          |
| Lampiran VI  | Tabel r                        |

©UKDW



## ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis di Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satunya dalam hal gaya hidup. Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis resto atau cafe. Keberadaan bisnis resto/cafe yang semakin bertambah menjadi bukti semakin ketatnya persaingan tersebut di wilayah Yogyakarta. Untuk dapat terus bertahan, penting bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan. Mary Anne's adalah salah satu cafe yang baru saja muncul pada industri persaingan cafe di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan Mary Anne's Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dan variabel-variabel independen yang terdiri dari produk, harga, lokasi(tempat), promosi, pelayanan dan atmosfer toko.

Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer sejumlah 100 data yang diperoleh dari kuisioner yang di sebar kepada 100 orang konsumen yang pernah datang dan mengkonsumsi produk Mary Anne's Yogyakarta. Profil responden terdiri dari : jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Pernyataan mengenai variabel terdiri dari 29 pertanyaan. Melalui karakteristik responden dan pertanyaan yang ada. Maka penelitian ini mendapatkan kesimpulan: Mary Anne's Yogyakarta memiliki 4 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu faktor produk, harga, lokasi dan pelayanan.

**Kata Kunci :** produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, atmosfer toko, dan kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

Business development in Yogyakarta has grown rapidly. Lifestyle of modern society increasingly dynamic making the shift in many things, one of them in terms of lifestyle. One of the growing business is a restaurant or cafe. the existence of the restaurant or cafe which is increasing are showing the increasing competition in Yogyakarta. To be able to survive, it is important for companies to know what are the factors that affect customer satisfaction. So the company can apply the right strategy for dealing with competition. Mary Anne's is one of cafe that newly appear on business in Yogyakarta. The purpose of this research is to find out factors that influence customer satisfaction towards product which offered by Mary Anne's. In this research, using dependent variable, which is customer satisfaction. and independent variable consist of product, price, place, promotion, services and store atmosphere.

Data analysis methods used are Regression Analysis. The data used in this research is the primary data of 100 data which obtained from the questionnaire which distributed to 100 consumers who've came and consume Mary Anne's product. Profile of respondents consisted of: gender, age, last educational, employment and income per month. Questions about the variables consist of 29 questions. Through the characteristics of respondents and questions. Through the characteristics of respondents and questions existing, so the conclusion of this research is: Mary Anne's Yogyakarta has 4 factors that formed a positive and significant effect on customer satisfaction, that is a factor of product, price, place and services.

**Keywords :** *product, price, place, promotion, services and customer satisfaction.*

## ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis di Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satunya dalam hal gaya hidup. Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis resto atau cafe. Keberadaan bisnis resto/cafe yang semakin bertambah menjadi bukti semakin ketatnya persaingan tersebut di wilayah Yogyakarta. Untuk dapat terus bertahan, penting bagi perusahaan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi yang tepat untuk menghadapi persaingan. Mary Anne's adalah salah satu cafe yang baru saja muncul pada industri persaingan cafe di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan Mary Anne's Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dan variabel-variabel independen yang terdiri dari produk, harga, lokasi(tempat), promosi, pelayanan dan atmosfer toko.

Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer sejumlah 100 data yang diperoleh dari kuisioner yang di sebar kepada 100 orang konsumen yang pernah datang dan mengkonsumsi produk Mary Anne's Yogyakarta. Profil responden terdiri dari : jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan per bulan. Pernyataan mengenai variabel terdiri dari 29 pertanyaan. Melalui karakteristik responden dan pertanyaan yang ada. Maka penelitian ini mendapatkan kesimpulan: Mary Anne's Yogyakarta memiliki 4 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu faktor produk, harga, lokasi dan pelayanan.

**Kata Kunci :** produk, harga, lokasi, promosi, pelayanan, atmosfer toko, dan kepuasan konsumen.

## ABSTRACT

Business development in Yogyakarta has grown rapidly. Lifestyle of modern society increasingly dynamic making the shift in many things, one of them in terms of lifestyle. One of the growing business is a restaurant or cafe. the existence of the restaurant or cafe which is increasing are showing the increasing competition in Yogyakarta. To be able to survive, it is important for companies to know what are the factors that affect customer satisfaction. So the company can apply the right strategy for dealing with competition. Mary Anne's is one of cafe that newly appear on business in Yogyakarta. The purpose of this research is to find out factors that influence customer satisfaction towards product which offered by Mary Anne's. In this research, using dependent variable, which is customer satisfaction. and independent variable consist of product, price, place, promotion, services and store atmosphere.

Data analysis methods used are Regression Analysis. The data used in this research is the primary data of 100 data which obtained from the questionnaire which distributed to 100 consumers who've came and consume Mary Anne's product. Profile of respondents consisted of: gender, age, last educational, employment and income per month. Questions about the variables consist of 29 questions. Through the characteristics of respondents and questions. Through the characteristics of respondents and questions existing, so the conclusion of this research is: Mary Anne's Yogyakarta has 4 factors that formed a positive and significant effect on customer satisfaction, that is a factor of product, price, place and services.

**Keywords :** *product, price, place, promotion, services and customer satisfaction.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini perkembangan bisnis di Yogyakarta mengalami perkembangan yang sangat pesat. Gaya hidup masyarakat modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satunya dalam hal gaya hidup. Salah satu bisnis yang sedang berkembang adalah bisnis resto atau cafe. Keberadaan bisnis resto/cafe yang semakin bertambah menjadi bukti semakin ketatnya persaingan tersebut di wilayah Yogyakarta. Adapun perkembangan industri cafe di DIY dapat dilihat pada tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
Perkembangan Jumlah Cafe  
Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

| Tahun | Jumlah Cafe |
|-------|-------------|
| 2006  | 566 unit    |
| 2007  | 571 unit    |
| 2008  | 537 unit    |
| 2009  | 600 unit    |
| 2010  | 633 unit    |

Sumber : Dinas Pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2010)

Dalam menghadapi ketatnya persaingan, kepuasan konsumen menjadi salah satu kunci suksesnya sebuah usaha. Menurut Kotler (2003:138) menyimpulkan ”kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan.

Beberapa faktor yang diyakini mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah *product, price, place, promotion, services*, dan *store atmosphere*. Dalam membangun sebuah bisnis cafe, produk yang ditawarkan akan menjadi sasaran pertama yang akan menjadi penilaian konsumen. Ketika konsumen masuk ke dalam sebuah cafe, maka yang pertama akan dilihat adalah menu yang ada. Setelah produk, yang selanjutnya adalah harga. Konsumen akan melihat dan berpikir kesesuaian antara produk dengan harga yang ditawarkan, apakah itu sesuai atau tidak. Produk dan harga yang sesuai merupakan salah satu bentuk penawaran yang dapat diberikan kepada konsumen. Ada harga yang harus dibayar dalam sebuah kepuasan.

Cafe yang diminati konsumen tidak selalu yang memiliki lokasi strategis. Ketika konsumen merasa nyaman dengan suatu tempat, strategis atau tidak lokasi cafe tersebut tidak menjadi masalah. Cafe menjual tempat bagi konsumen. Sebuah cafe didesain agar konsumen nyaman berada dalam waktu yang lama di dalam cafe. Maka, konsumen akan dibuat nyaman dengan fasilitas yang disediakan agar konsumen merasa puas berada di cafe tersebut.

Untuk memperluas cakupan konsumen, diperlukan adanya promosi. Promosi dapat berawal dari *word of mouth*. Melalui *word of mouth*, sebuah cafe akan cepat menyebar ke telinga konsumen. Karena, ketika konsumen mendapatkan kepuasan, pengalaman tersebut akan lebih cepat menyebar ke orang lain. Selain itu, dapat juga melakukan promosi melalui pemasangan baliho di pinggir jalan raya. Ketika konsumen melihat promosi yang mencolok dalam sebuah baliho, konsumen diyakini akan tertarik untuk datang. Kemudian konsumen akan menilai, apakah promosi yang dilihat sesuai atau tidak dengan

yang didapat ketika datang ke lokasi. Setelah itu, akan muncullah kepuasan ketika yang diterima sesuai dengan yang diharapkan.

Kesuksesan sebuah bisnis, didukung juga oleh sumber daya yang dimiliki. Untuk itu, sumber daya manusia yang ada diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk terciptanya kepuasan konsumen, pelayanan secara cepat, tanggap dan ramah, dapat menjadi kunci dalam memberikan kepuasan pelayanan kepada konsumen.

Ada hal lain yang dapat menarik perhatian konsumen untuk datang ke dalam sebuah cafe. Hal tersebut adalah *store atmosphere*. Saat ini, banyak cafe yang sangat memperhatikan desain interior maupun eksterior untuk dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan sebuah kepuasan konsumen ketika berada di dalam cafe. Suasana dalam *store atmosphere* ini dapat bermain ketika konsumen sedang duduk, menunggu pesanan datang. Konsumen akan dibuat nyaman oleh desain interior ataupun tambahan musik didalamnya. Kondisi tersebut akan berpengaruh terhadap psikologis konsumen yang diyakini mempengaruhi kepuasan konsumen ketika berada dalam sebuah cafe.

Mary Anne's adalah salah satu cafe yang baru saja muncul pada industri persaingan cafe di Yogyakarta. Cafe ini cukup minimalis, berdiri pada November 2012 yang berlokasi di Jl. Mrican Baru, 18 Yogyakarta. Cafe ini cocok untuk dijadikan pilihan karena saat ini cafe yang menyajikan menu *artisan ice cream* sedang menjadi sebuah *trend*, terutama di kalangan anak muda. Harga yang ditawarkanpun cukup terjangkau, terutama untuk kalangan mahasiswa. Saat

ini Mary anne's masih gencar memberikan voucher kepada konsumen, sehingga jumlah pengunjungnya cukup banyak.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah atribut *product* berpengaruh terhadap kepuasan ?
- b. Apakah atribut *price* berpengaruh terhadap kepuasan ?
- c. Apakah atribut *place* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?
- d. Apakah atribut *promotion* berpengaruh terhadap kepuasan ?
- e. Apakah atribut *service* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
- f. Apakah atribut *store atmosfer* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah menganalisis pengaruh :

- a. *Product* terhadap kepuasan.
- b. *Price* terhadap kepuasan.
- c. *Place* terhadap kepuasan konsumen.
- d. *Promotion* terhadap kepuasan konsumen.
- e. *Services* terhadap kepuasan konsumen.
- f. *Store Atmosfer* terhadap kepuasan konsumen.



#### 1.4. Manfaat Penelitian

##### 1. Peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah dipelajari selama berada di bangku kuliah, dan juga mengetahui tentang penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

##### 2. Mary Anne's Artisan Ice Cream & Pancake

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu sumbangan pemikiran yang dapat digunakan perusahaan agar dapat mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen.

##### 3. Pembaca

Mendapatkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di industri cafe.

#### 1.5. Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di kota Yogyakarta.
- b. Responden penelitian adalah konsumen yang datang dan melakukan transaksi di Mary Anne's Artisan Ice Cream & Pancake.
- c. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
- d. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
  - I. Variabel terikat (Y) : Kepuasan konsumen
  - II. Variabel bebas (X) : Atribut pengaruh kepuasan konsumen :

- i. Store Atmosphere
- ii. Product
- iii. Price
- iv. Place
- v. Promotion
- vi. Services

©UKDWN

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengaruh *product, price, place, promotion, services* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta, maka hasil hipotesis penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut product terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta*” terbukti.
2. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut price terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta*” terbukti.
3. Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut place terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta*” terbukti.
4. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut promotion terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta*” tidak terbukti.
5. Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut services terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta*” terbukti.

6. Hipotesis 6 yang menyatakan bahwa “*ada pengaruh Antara atribut store atmosphere terhadap kepuasan konsumen Mary Anne’s Yogyakarta*” tidak terbukti.
7. Dari karakteristik responden, berdasarkan hasil pengolahan data dari 100 responden yang paling dominan adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 64 orang atau sebesar 64% , berusia 21 – 25 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 30%, berpendidikan terakhir maksimal SMA sebanyak 41 orang atau sebesar 41%, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 36 orang atau sebesar 36% dan berpendapatan Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 per bulan sebanyak 31 orang atau sebesar 31%.
8. Dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan sebagai berikut :
  - a. Secara bersama-sama variabel *product, price, place, promotion, services* dan *store atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen Mary Anne’s Yogyakarta.
  - b. Secara parsial variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Mary Anne’s Yogyakarta Antara lain *product, price, place, dan services*. Sedangkan variabel *promotion* dan *store atmosphere* tidak memiliki pengaruh kepuasan konsumen Mary Anne’s Yogyakarta.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan :

1. Data primer yang diperoleh dari 100 responden hanya didasarkan pada kuisioner, sehingga sangat memungkinkan terjadinya perbedaan persepsi dan jawaban responden dengan keadaan sebenarnya yang terjadi.
2. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
3. Obyek yang diteliti masih tergolong baru karena baru berusia satu tahun.
4. Pertanyaan dalam kuisioner mengenai kepuasan konsumen :
  - a. Anda puas dengan produk yang ditawarkan
  - b. Anda puas dengan harga yang ditawarkan
  - c. Anda puas dengan lokasi yang ditetapkan
  - d. Anda puas dengan promosi yang dilakukan
  - e. Anda puas dengan pelayanan yang diberikan
  - f. Anda puas dengan atmosfer toko yang diberikan

## 5.3. Saran

### 5.3.1. Saran Untuk Perusahaan

Variabel *product*, *price*, *place* dan *services* secara parsial terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's

Yogyakarta. Maka perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan variabel-variabel tersebut.

Pada variabel *product*, perusahaan diharapkan dapat terus menjaga cita rasa menu, kualitas dan variasi produk yang ditawarkan. Pada variabel *price*, ketika perusahaan harus menaikkan harga, hal tersebut menurut hasil penelitian tidak akan membuat kepuasan konsumen menjadi turun karena mengingat produk yang dimiliki Mary Anne's adalah produk untuk kalangan menengah ke atas, sehingga ketika harga naik, kepuasan ikut naik. Pada variabel *place*, yang diharapkan dapat dilakukan perusahaan adalah mengembangkan perusahaan di lokasi lain agar semakin mudah dikunjungi konsumen, serta menyiapkan lahan parkir yang jauh lebih luas agar konsumen semakin puas dengan lokasi yang dimiliki Mary Anne's. Pada variabel *services*, Mary Anne's sudah memiliki sumber daya manusia yang cepat tanggap terhadap konsumen. Hal tersebut menjadi kekuatan yang harus tetap dipertahankan dalam melayani konsumen.

Sedangkan variabel *promotion* dan *store atmosphere* tidak terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Saran yang dapat diberikan untuk variabel promosi adalah memperbanyak kegiatan promosi karena selama ini kegiatan promosi Mary Anne's kurang terlihat oleh masyarakat. Kegiatan promosi yang disarankan untuk perusahaan diantaranya adalah memanfaatkan media sosial yang saat ini marak digunakan untuk promosi. Melalui media sosial, diyakini kegiatan promosi dapat lebih mudah diterima masyarakat.

Selanjutnya, saran yang dapat diberikan untuk variabel atmosfer toko adalah memberikan tampilan desain *interior* maupun *eksterior* yang

disesuaikan dengan produk yang dimiliki Mary Anne's serta target market yang dituju yaitu kalangan menengah ke atas. Pencahayaan yang diatur sedemikian rupa dan penataan ruangan yang ditata dengan tepat agar sirkulasi pun tidak terkesan sempit, sehingga konsumen dapat merasa nyaman ketika berada di dalam ruangan

### 5.3.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Data primer yang diperoleh dari responden melalui penelitian sebaiknya lebih dari 100 orang.
- b. Pertanyaan yang diberikan dalam kuisisioner tidak hanya berupa pertanyaan tertutup tetapi juga pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden dengan metode wawancara agar jawaban – jawaban yang diberikan lebih obyektif atau sesuai dengan keadaan responden.
- c. Pada penelitian yang mendatang diharapkan untuk meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh variabel *promotion* dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen Mary Anne's Yogyakarta.
- d. Pada penelitian selanjutnya ditambahkan pertanyaan kuisisioner mengenai variabel *store atmosphere*, “ruangan ber-ac membuat Anda nyaman berada di dalam ruangan.”

## DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B & Evans, R.J. 2007. *Retail Management A Strategic Approach*. Ten Edition. Pearson Prentice Hall.
- Fahmi, Fikri Nor. Hudayah, Syarifah & Wasil, Muhammad.2009, Jurnal : *Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Buku Gramedia Lembuswana di Samarinda*. (Online) (<http://journal.feunmul.in> , diakses 20 Oktober 2013)
- Gaspersz, V. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P & Armstrong, G, 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran (edisi 9) Jilid Satu*, Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, P & Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi 9, Jakarta : PT. Indeks Gramedia Group.
- Kotler, P. 2003, *Marketing Management*, 11th Edition.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran* (edisi sebelas). Jakarta: Indeks.
- Kristianto, P.L. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS
- Kusumowidagdo, A. 2010, Pengaruh Desain At mosfer Toko terhadap Perilaku Belanja Studi atas Pengaruh Gender terhadap Respon Pengunjung Toko. Jurnal Manajemen Bisnis Vol.3 No.1, April - Juli 2010. (Online) (<http://digilib.mercubuana.ac.id> , diakses 29 Agustus 2013)
- Lupiyoadi, R. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Salemba Empat
- Malholtra, N. K. 2005. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nasution, M. 2005, *Total Quality Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama



- Putritamara, Jaisy Aghniarahim. Utami, Hari Dwi & Fanani, Zaenal. Jurnal: *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Brand Image Pada Rumah Makan Ayam Goreng*. Mei, 2013. Malang : Universitas Brawijaya. (Online) (<http://fapet.ub.ac.id> . diakses 21 Oktober 2013)
- Situmorang, H. 2010, *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, Medan: USUpress
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan, Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Supangat, A. 2008, *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Parametrik*. Jakarta: Kencana Prenada
- Suprihanti, A. 2011, Journal : *The Effect of Services to Customer's Loyalty (Case Study of Kentucky Fried Chicken Restaurant at Galleria Mall Yogyakarta)*. *The 2<sup>nd</sup> International Research Symposium in Service Management Yogyakarta, INDONESIA*, 26-30 Juli 2011 (Online) (<http://irssm.upnyk.ac.id>, diakses 5 September 2013)
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Tjiptono, F. 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, Yogyakarta. : Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2008, *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing
- Tjiptono, F. Chandra, G & Adriana, D. 2008, *Pemasaran Strategik*. Malang: Penerbit Andi.
- Utami, C. W. 2008. *Manajemen Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*. Malang: Publishing Bayumedia.
- Venkatesh, A & Penaloza, L. 2006, *From Marketing to The Market*, M.E. Sharpe, Inc, New York.