

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER CAFE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada WARUNK UPNORMAL di Kota Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat untuk Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta

Disusun oleh:

CANDRA SAKTI S

F0211024

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2017**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER CAFE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN YANG DI MEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada WARUNK UPNORMAL di Kota Surakarta)

CANDRA SAKTI S
NIM. F0211024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan, suasana cafe, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada niat beli ulang. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat beli ulang dan variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan, suasana cafe, kualitas produk dan harga.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surakarta yang mengetahui Warunk Upnormal dan sampelnya adalah orang yang pernah membeli di Warunk Upnormal dan memiliki niat beli ulang. Sampel terdiri dari 100 orang dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Penelitian ini menggunakan alat uji *SPSS for windows20* untuk uji validitas dan reliabilitas dan *SmartPLS2* untuk uji model.

Hasil dari penelitian adalah kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, suasana cafe berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang meliputi objek yang diteliti yaitu Warunk Upnormal berada di kota kecil yaitu Surakarta, sehingga karakteristik responden dan hasil penelitian ini bisa jadi berbeda dengan karakteristik responden dan hasil penelitian dari kota-kota besar di Indonesia. Oleh karena itu, dalam penelitian selanjutnya diharapkan mengeliminasi keterbatasan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Suasana Cafe, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Pelanggan, Niat Beli Ulang.

ABSTRACT

THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE, ATMOSPHERE CAFE, QUALITY PRODUCTS AND PRICES ON THE CONSUMER RELIANCE BUYED IN MEDIATION BY CUSTOMER SATISFACTION

(Study on UPNORMAL WARUNK in Surakarta City)

CANDRA SAKTI S
NIM. F0211024

This research aims to determine whether the service quality, cafe atmosphere, product quality and price effect on customer satisfaction on the intention to buy back. Dependent variable in this research is the intention of buy back and independent variable in this research is service quality, cafe atmosphere, product quality and price.

The population in this study is the people of Surakarta City who know Warunk Upnormal and the sample are people who have bought in Warunk Upnormal and have the Repurchase Intention. The sample consisted of 100 people using nonprobability sampling technique. This study used SPSS for windows20 test tool for validity and reliability test and SmartPLS2 for model test.

The result of this research is service quality have positive and significant influence to customer satisfaction, cafe atmosphere have positive and significant effect to customer satisfaction, product quality have positive and significant effect to customer satisfaction, price influence positively and significantly to customer satisfaction, and quality of customer positively and significantly affect the Repurchase Intention.

This research has some limitations that include the object under researched that is Warunk Upnormal is in a small town of Surakarta, so the characteristics of respondents and the results of this study may be different from the characteristics of respondents and research results from major cities in Indonesia. Therefore, in the next study is expected to eliminate the limitations in this study.

Keywords: Service Quality, Cafe Atmosphere, Product Quality, Price, Customer Satisfaction, Repurchase Intention.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

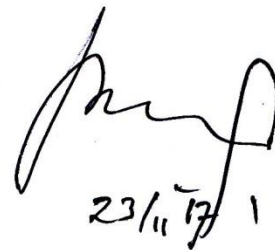
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER CAFE, KUALITAS PRODUK DAN
HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN YANG DI MEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN**

(Studi Pada WARUNK UPNORMAL di Kota Surakarta)

Surakarta, 22 November 2017

Disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing



23/11/17

Drs. HERU PURNOMO M.M

NIP. 195701221986031003

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER CAFE, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN YANG DI MEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN

(Studi pada WARUNK UPNORMAL di Kota Surakarta)

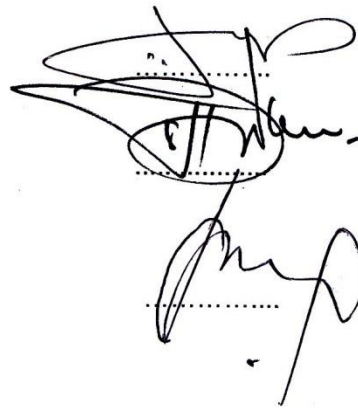
Disusun oleh:
CANDRA SAKTI S
NIM. F0211024

Telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji
Pada tanggal:

Ketua Tim Penguji : Drs. WIYONO. MM.
NIP. 195505051985031002

Anggota Tim Penguji : Drs. DJOKO PURWANTO, M.B.A.
NIP. 195901161958031004

Pembimbing : Drs. HERU PURNOMO, M.M.
NIP. 195701211986031003



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Sebelas Maret Surakarta

Nama : CANDRA SAKTI S

NIM : F0211024

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer Cafe, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Di Kota Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil jiplakan atau salinan dari karya orang lain, apabila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjana

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 22 November 2017

CANDRA SAKTI S

NIM. F0211024

HALAMAN MOTTO

“Kebahagiaan itu bergantung pada dirimu sendiri”

(Aristoteles)

Cara terbaik untuk menemukan dirimu sendiri adalah dengan kehilangan dirimu dalam melayani
orang lain

(Mahatma Gandhi)

Memilihlah dengan tanpa penyesalan

(Mary Anna Radmacher)

I may not believe in myself, but i believe in what i'm doing

(Jimmy Page)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayahanda tercinta (Sutarno) dan Ibunda tersayang (Sri Wurwanti). Terima kasih telah berjuang tanpa lelah dalam mencari rejeki dan selalu memberi semangat untuk menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Sebelas Maret Surakarta, kasih sayang dan doa yang tak pernah berhenti menyertai langkah hidup saya selama ini, dan nasihat yang tak pernah henti kalian berikan sehingga saya menjadi pribadi seperti sekarang. *You rock, Mom, Dad! I Love You!*
2. Arif Wijayanto S, Bima Viky S dan adek saya Dian Permata Sari. Terima kasih sudah menyemangati untuk mengerjakan skripsi.
3. Keluarga saya yang terutama mbah saya Warsi terimakasih atas segala doa, semangat, dan dukungannya.
4. Drs. Heru Purnomo M.M, selaku pembimbing skripsi.
5. Teman-teman S1 (Transfer) Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS) angkatan 2011, terimakasih atas segala dukungan dan keceriaannya selama ini.
6. Teman-teman saya dimanapun kalian berada yang tidak bisa disebutkansatu persatu.
7. Almamater saya.

KATA PENGANTAR

Puja dan puji syukur penulis panjatkan atas rahmat dan kasih sayang Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer Cafe, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Studi Pada WARUNK UPNORMAL di Kota Surakarta)”. Untuk memenuhi persyaratan mencapai Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret (UNS).

Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Reza Rahardian, S.E, M.Si. selaku Kepala Program Studi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Drs. Heru Purnomo M.M, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu, bimbingan, dan nasehat.
4. Seluruh dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maret Surakarta.
5. Keluarga dan saudara tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, doa, perhatian, dorongan, semangat, dan nasehatnya.
6. Terima kasih Taslim, Dani, Sunu, Recha, Mas Nugroho, Cicih, Pitus, Ageng, Dika, Nugroho, Ridho, Andi atas bimbingan pengerjaan skripsi dan tahan atas segala pertanyaan saya yang sangat banyak.
7. Warunk Upnormal yang menjadi objek penelitian saya.

8. Ringiners untuk keseruannya.
9. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2011.
10. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
11. Semuapihak yang tidak dapat disebutkansatupersatu yang telahmembantukelancaranpelaksanaanstudidanpenyusunanskripsiini.

Penulismenyadaribahwadalam penyusunanskripsiinimasihjauhdarisempurna, kritikdan saran terhadapsegalakekurangan yang ada, sangatpenulisharapkan.Penulisberharapsemogaskripsiini dapatbermanfaatbagipenulisdansemu apihak di kemudianhari.

Surakarta, 24 November 2017

CandraSakti S

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang.....	1
1.2 RumusanMasalah.....	6
1.3 TujuanPenelitian	7
1.4 ManfaatPenelitian	7
1.4.1 Manfaat Praktis	7
1.4.2 Manfaat Akademik	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9

2.1	KajianPustaka.....	9
2.1.1	Suasana Cafe	9
2.1.2	KualitasLayanan	10
2.1.3	KualitasProduk.....	12
2.1.4	Harga	13
2.1.5	KepuasanPelanggan	14
2.1.6	NiatBeliUlang	15
2.2	Hipotesis Penelitian	15
2.2.1	Hubungan antara KualitasLayananterhadapKepuasan Pelanggan.....	16
2.2.2	Hubungan antara Suasana CafeterhadapKepuasan Pelanggan.....	16
2.2.3	Hubungan antara KualitasProdukterhadapKepuasan Pelanggan.....	16
2.2.4	Hubungan antara HargaterhadapKepuasan Pelanggan.....	17
2.2.5	HubunganantaraKepuasanPelangganterhadap NiatBeliUlang	18
2.3	Kerangka Penelitian	19
2.4	Penelitian Terdahulu.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1	DesainPenelitian.....	23
3.1.1	Populasi	23
3.1.2	<i>Sample</i>	23
3.1.3	Teknik <i>Sampling</i>	24
3.2	DefinisiOperasional dan Pengukuran Variabel.....	24

3.2.1 Kualitas Pelayanan	24
1. Berwujud (<i>Tangibles</i>)	25
2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	25
3. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	26
4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	26
5. Empati (<i>Empathy</i>)	26
3.2.2 Suasana Cafe (atmos)	27
1. Faktor Luar (EF)	27
2. Faktor Dalam (IF)	28
3. Desain dan Tata Letak (DL)	28
4. Tampilan (DS)	28
3.2.3 Kualitas Produk (KP)	29
3.2.4 Harga (H)	29
3.2.5 Kepuasan Pelanggan	30
3.2.6 Niat Beli Ulang (NBU)	31
3.3 Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Instrumen Variabel	31
3.3.1 Sumber Data	31
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	32
3.3.3 Uji Instrumen	32
3.3.3.1 Uji Validitas	33
3.3.3.2 Uji Reliabilitas	33
3.3.3.3 Uji Data	33
3.3.3.4 Uji Hipotesis	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37

4.1 Obyek Penelitian.....	37
4.2 Analisis Deskriptif	37
4.3 Tanggapan Responden.....	39
4.3.1 Kualitas Layanan	40
4.3.1.1 Berwujud (<i>Tangibles</i>)	40
4.3.1.2 Keandalan (<i>Reliability</i>).....	40
4.3.1.3 Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>).....	41
4.3.1.4 Jaminan (<i>Assurance</i>).....	42
4.3.1.5 Empati (<i>Empathy</i>).....	42
4.3.2 Suasana Cafe	43
4.3.2.1 Faktor Luar.....	44
4.3.2.2 Faktor Dalam.....	44
4.3.2.3 Desain dan Tata Letak.....	45
4.3.2.4 Tampilan	45
4.3.3 Kualitas Produk.....	46
4.3.4 Harga	47
4.3.5 Kepuasan Pelanggan	47
4.3.6 Niat Beli Ulang	48
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	49
4.4.1 Sampel Kecil	49
4.4.2 Sampel Besar	52
4.5 Pengujian Model (<i>Measurement of Fit Model</i>).....	56
4.6 Pengujian Hipotesis.....	58
4.6.1 Uji Hipotesis 1	60
4.6.2 Uji Hipotesis 2	60
4.6.3 Uji Hipotesis 3	61

4.6.4 Uji Hipotesis 4	61
4.6.5 UjiHipotesis 5	61
4.7 Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 KeterbatasanPenelitian	67
5.3 Implikasi Studi.....	67
5.3.1 Implikasi Praktis	67
5.3.2 Implikasi Studi Lanjutan	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1	Deskriptif Data Responden..... 38
Tabel IV.2	Tanggapan Responden Tentang Berwujud 40
Tabel IV.3	Tanggapan Responden Tentang Keandalan 41
Tabel IV.4	Tanggapan Responden Tentang Ketanggapan 41
Tabel IV.5	Tanggapan Responden Tentang Jaminan..... 42
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Tentang Empati 43
Tabel IV.7	Tanggapan Responden Tentang FaktorLuar 44
Tabel IV.8	Tanggapan Responden Tentang FaktorDalam..... 44
Tabel IV.9	Tanggapan Responden Tentang Desain dan Tata Letak..... 45
Tabel IV.10	Tanggapan Responden Tentang Tampilan..... 46
Tabel IV.11	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk 46
Tabel IV.12	Tanggapan Responden Tentang Harga..... 47
Tabel IV.13	Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Pelanggan..... 48
Tabel IV.14	Tanggapan Responden Tentang Niat Beli Ulang..... 48
Tabel IV.15	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil..... 49
Table IV.16	Analisis Faktor <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Kecil 50
Table IV.17	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil 52
Table IV.18	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar 53
Table IV.19	Analisis Faktor <i>Rotated Component Matrix</i> Sampel Besar..... 54
Table IV.20	Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar 56
Tabel IV.21	Hasil Pengujian Model (<i>Measurement of Fit Model</i>) 57
Tabel IV.19	<i>Path Coefficients</i> 58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 <i>Exterior</i> WarunkUpnormal SOLO	5
Gambarl.2 <i>General Interior</i> WarunkUpnormal SOLO	5
Gambarl.3 <i>Store Layout</i> WarunkUpnormal SOLO	5
Gambar II.1 ModelPenelitian	19
Gambar IV.1 Model Hasil Penelitian	59