

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN *CAFE*
DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta Untuk Memenuhi
Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh:

Camelia Nucivera Edyus

NIM : 09511244027

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2015**

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN *CAFÉ* DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Oleh :
Camelia Nucivera Edyus
NIM 09511244027

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) kualitas layanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, 2) kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, 3) kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, 4) hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, 5) hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, 6) hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama sama dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *ex-post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di tiga jenis *café* di daerah dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta yakni, *Cafe Chez Moi Patisier & Chocolatier*, *Cafe Indiecology* dan *Cafe Pancake's Company*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ketiga jenis *café* tersebut sejumlah 330 pelanggan perhari. Penentuan sampel dalam penelitian ini termasuk dalam *nonprobability sampling* yakni *sampling incidental*. sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, dan observasi. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas menggunakan rumus korelasi *product moment*, dan uji reliabilitas menggunakan rumus koefisien *alpha*. Teknik analisis data terdiri dari uji prasyarat analisis data dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup, 2) kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup, 3) kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup, 4) terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, yang dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,562 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), 5) terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta yang dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,499 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), 6) terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta yang dibuktikan dengan nilai R hitung sebesar 0,686 dan nilai signifikan sikurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan sumbangan hubungan kepada variable kepuasan konsumen sebesar 47,0%, sedangkan 53,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**"HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN *CAFE*
DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA"**

Disusun oleh :

Camelia Nucivera Edyus

NIM. 09511244027

telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, 25 Maret 2015

Mengetahui,

Disetujui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing,

Pendidikan Teknik Boga,



Sutriyati Purwanti, M.Si

NIP. 19611216 198803 2 001



Titin Hera Widi H, M.Pd

NIP. 19790406 200212 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Skripsi

**"HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN CAFE
DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA "**

Disusun oleh :

Camelia Nucivera Edyus

NIM. 09511244027

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta pada
tanggal 7 April 2015

TIM PENGUJI

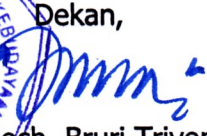
Jabatan	Nama Dosen	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji	: Titin Hera Widi H, M.Pd 	20/4 2015
Sekretaris	: Dr. Mutiara Nugraheni 	20/4 2015
Penguji Utama	: Dewi Eka Murniati, M.M 	22/4 2015

Yogyakarta, April 2015

Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,




Dr. Moch. Bruri Triyono
NIP. 19560216 198603 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Camelia Nucivera Edyus

NIM : 09511244027

Jurusan : PTBB / Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS :

**"HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN *CAFE*
DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA "**

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang diPtulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, April 2015

Yang menyatakan,

Camelia Nucivera Edyus
NIM. 09511244027

“Motto”

“Pikiran merupakan sumber dari ilmu, sedangkan ilmu itu sendiri merupakan sumber amal”

(wahb)

”Jangan pernah meremehkan dirimu, Allah memberimu hidup bukan karena kamu membutuhkannya, tapi karena seseorang membutuhkanmu”

(Penulis, 2015)

“skill pay the bill”

(Penulis, 2015)

“doko made mo nintai shite doryoku suru”

-bertahan sampai kemanapun juga dan berusaha habis-habisan-

(Penulis, 2015)

Halaman Persembahan

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ❖ Bapak Ir. Edi Raharja dan Ibu Ir. Yusmarni, terimakasih atas segala bentuk kasih sayang, perhatian, nasihat, pengorbanan dan motivasi yang telah kalian berikan kepadaku. Ketegaran dan perjuangan kalian adalah semangat hidupku.
- ❖ Abangku Deri Maisandy Edyus yang kusayangi (kadang-kadang), Terimakasih atas dorongan dan semangat yang diberikan. Sorry bro, aku lulus duluan..
- ❖ *To dearest Fafa, thankyou so much for giving me support to accomplish this scientific work. From the beginning to the end. Thanks for being such a good partner to me. Cheering me up when I'm down, helping me in bad circumstances. Even these words aren't enough to describe what he has done so far...ILY*
- ❖ Huha genk paling gaul dan *famous* sekampus, Ina, Ephon, Tyas, Afa, Aig, Antung Dita, Petruk pety dan Fajar. Teman dari awal kuliah sampai sekarang yang sudah lulus satu-persatu. Terimakasih semangat, masukan, dorongan dan banyak pelajaran yang kita dapatkan dalam pertemanan, selalu sukses buat kita semua, semoga persahabatan kita tetep bagai kepompong selama-lamanya. Amin
- ❖ Teman-teman sepergaulanku Ayash Laras, Ayu Dharmawan, Martya, Annisa W, Anggi Pradipta, Jenk Amat dan banyak lagi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih atas ejekan-ejekan kalian menyadarkanku sehingga aku harus cepat lulus.
- ❖ Teman temanku UKM MUSIK SICMA dari berbagai angkatan, terimakasih atas berbagai pelajaran, motivasi yang kalian berikan, semuanya sangat berarti.
- ❖ Almamaterku UNY Angkatan 2009.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul "HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN *CAFE* DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA " dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Titin Hera Widi H, M.Pd., selaku dosen pembimbing TAS yang telah banyak memberikan semangat, dorongan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dr.Badraningsih Lastariwati, M.Kes., selaku validator instrumen penelitian TAS yang memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Dewi Eka Murniati, M.M., selaku validator instrumen penelitian dan penguji TAS yang telah memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana serta memberikan koreksi perbaikan secara komprehensif terhadap TAS ini.
4. Dr. Mutiara Nugraheni, selaku sekretaris penguji yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan TAS serta memberikan koreksi perbaikan secara terhadap TAS ini.
5. Noor Fitrihana, M.Eng. dan Sutriyati Purwanti, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana dan Ketua Program Studi Pendidikan Teknik

Boga beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai dengan selesainya TAS ini.

6. Dr. Moch. Bruri Triyono, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang memberikan persetujuan pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi.
7. Marius Gumoho selaku owner *Indiecology Cafe*, Affan yahya selaku owner *Chez Moi pattisier and Chocolatier* dan Astri Widyanari/Irma Aulia Pratiwi selaku owner *Pancake's Company* yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
8. Para staf karyawan *Indiecology café*, *Pancake's Company* dan *Chez Moi Pattisier and Chocolatier* yang telah memberi bantuan memperlancar pengambilan data selama proses penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
9. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan disini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 21 April 2015

Penulis,

Camelia Nucivera Edyus
NIM 09511244027

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Teori	
1. Kualitas Pelayanan.....	12
2. Kualitas Produk	15
3. Kepuasan Konsumen	23
4. Mengukur Kepuasan Konsumen	29
5. Pengertian <i>Cafe</i>	30
6. Karakteristik Dusun Sagan.....	32
B. Penelitian yang Relevan	33

C. Kerangka Berfikir.....	34
D. Hipotesis Penelitian	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
1. Tempat Penelitian.....	37
2. Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
D. Variabel Penelitian	40
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	41
F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen	42
1. Teknik Pengumpulan Data.....	43
2. Instrumen Penelitian.....	43
G. Uji Coba Instrumen Penelitian	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reabilitas.....	48
H. Teknik Analisa Data	50
1. Pengujian Hipotesis	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	54
1. Data Variabel Kualitas Pelayanan	54
2. Data Kualitas Produk.....	60
3. Data Kepuasan Konsumen.....	65
B. Pengujian Hipotesis	70
1. Uji Hipotesis 1.....	70
2. Uji Hipotesis 2.....	71
3. Uji Hipotesis 3.....	72
C. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1. Kualitas Pelayanan <i>café</i> di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta	74
2. Kualitas Produk <i>café</i> di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta	75
3. Kepuasan Konsumen <i>café</i> di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta	76

4. Hubungan Positif dan Signifikan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen <i>café</i> di Dusun Sagan Yogyakarta	78
5. Hubungan Positif dan Signifikan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen <i>café</i> di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta	79
6. Hubungan Positif dan Signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Produk dengan Kepuasan Konsumen <i>café</i> di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta ...	80

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	82
B. Implikasi.....	83
C. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA	84
-----------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN.....	86
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Data Hasil Observasi Awal Jumlah <i>café</i> yang ada di daerah Sagan kabupaten Sleman.....	5
Tabel 2. Data Rata-rata Konsumen perhari dari tiga Jenis <i>Café</i> di Daerah Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.....	39
Tabel 3. Kisi-kisi pengembangan Instrumen Penelitian	45
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	48
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	48
Tabel 7. Tabel Intrepretasi Nilai R	49
Tabel 8. Hasil Uji Reliabelitas	50
Tabel 9. Distribusi Kualitas Pelayanan <i>café</i> di Dusun Sagan	54
Tabel 10. Kategori Kualitas Pelayanan <i>café</i> A di Dusun Sagan Sleman	56
Tabel 11. Kategori Kualitas Pelayanan <i>café</i> B di Dusun Sagan Sleman	57
Tabel 12. Kategori Kualitas Pelayanan <i>café</i> C di Dusun Sagan Sleman	58
Tabel 13. Distribusi Kualitas Produk.....	60
Tabel 14. Uji Kategori Kualitas Produk <i>Café</i> A.....	61
Tabel 15. Uji Kategori Kualitas Produk <i>Café</i> B.....	63
Tabel 16. Uji Kategori Kualitas Produk <i>Café</i> C.....	64
Tabel 17. Distribusi Kepuasan Konsumen	65
Tabel 18. Uji Kategorisasi Kepuasan <i>Café</i> A	67
Tabel 19. Uji Kategorisasi Kepuasan <i>Café</i> B.....	68
Tabel 20. Uji Kategorisasi Kepuasan <i>Café</i> C.....	69
Tabel 21. Hasil Analisis Korelasi X1 dengan Y	71
Tabel 22. Hasil Analisis Korelasi X2 dengan Y	71
Tabel 23. Hasil Analisis Korelasi Berganda.....	72
Tabel 24. hasil Uji Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Paradigma Penelitian	36
Gambar 2. Hubungan antar Variabel.....	41
Gambar 3. Grafik Distribusi Kualitas Pelayanan Café di Dusun Sagan.....	55
Gambar 4. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Pelayanan <i>Café A</i>	56
Gambar 5. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Pelayanan <i>Café B</i>	57
Gambar 6. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Pelayanan <i>Café C</i>	59
Gambar 7. Grafik Distribusi Kualitas Produk.....	60
Gambar 8. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk <i>Café A</i>	62
Gambar 9. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk <i>Café B</i>	63
Gambar 10. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk <i>Café C</i>	64
Gambar 11. Grafik Distribusi Kepuasan Konsumen.....	66
Gambar 12. Diagram Pie kepuasan Konsumen <i>Café A</i>	67
Gambar 13. Diagram Pie kepuasan Konsumen <i>Café B</i>	68
Gambar 14. Diagram Pie kepuasan Konsumen <i>Café C</i>	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Instrumen Penelitian
- Lampiran 2. Uji Kualitas Instrumen
- Lampiran 3. Hasil Penelitian
- Lampiran 4. Dokumentasi Gambar
- Lampiran 5. Surat Ijin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah sebuah daerah otonomi setingkat propinsi di Indonesia dengan ibukota propinsinya adalah Yogyakarta. Sebuah kota dengan berbagai predikat, baik dari sejarah maupun potensi yang ada, seperti sebagai kota perjuangan, kota kebudayaan, kota pelajar, dan kota pariwisata. Sebutan Yogyakarta sebagai kota pariwisata menggambarkan potensi propinsi ini dalam kacamata kepariwisataan. Berbagai jenis obyek wisata dikembangkan di wilayah ini, seperti wisata alam, wisata kuliner, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan dan wisata belanja.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu dari sekian banyak Propinsi di Indonesia yang masih memegang teguh adat budayanya. Budaya itu tercermin dari runtutan sejarah serta masyarakat Yogyakarta yang ramah dan bersahaja. Apabila dilihat secara astronomis, letak Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berada pada posisi $70^{\circ} 33' \text{ LS} - 8^{\circ} 12' \text{ LS}$ dan $110^{\circ} 00' \text{ BT} - 110^{\circ} 50' \text{ BT}$. Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai luas $3.185,80 \text{ km}^2$, terdiri dari empat kabupaten dan satu kota, yaitu Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul, Kabupaten Kulonprogo dan Kota Yogyakarta. (id.m.wikipedia.org)

Daerah Istimewa Yogyakarta menjadi daya tarik minat bagi para pendatang karena berbagai alasan. Di antara sekian banyak alasan yang

dapat disampaikan adalah tersedianya banyak tempat untuk menuntut ilmu baik sekolah tinggi menengah maupun perguruan tinggi, keramahan masyarakat, iklim, budaya, tempat wisata, biaya hidup yang tidak mahal dan sebagainya. Yogyakarta sebagai kota pendidikan memang mempunyai daya pikat bagi calon mahasiswa atau pelajar. Setiap tahun kehadiran mereka di kota ini jumlahnya ribuan bahkan puluhan ribu. Bila dilihat dari sisi ekonomi, tentu hal ini akan sangat menguntungkan karena terjadi perputaran uang yang cukup besar. Namun di sisi lain juga akan menambah padatnya penduduk, sementara mahasiswa yang lulus dan meninggalkan Yogyakarta jumlahnya tidak sebanding dengan mereka yang masuk. Kehadiran para mahasiswa dan pelajar baru di Yogyakarta ini mampu menggerakkan sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat Yogyakarta. Paling tidak kebutuhan primer mahasiswa harus disediakan, seperti bahan pangan, keperluan belajar, transportasi, dan pelayanan jasa lainnya.

Meningkatnya kepadatan penduduk yang bertambah setiap tahunnya berbanding lurus dengan tingginya tingkat permintaan kebutuhan makanan akan berdampak pada semakin besarnya peluang pengembangan usaha pada industri jasa pelayanan makanan di Yogyakarta (KRjogja.com). Pada kenyataannya saat ini usaha jasa pelayanan makanan mengalami pertumbuhan yang cukup baik, hal tersebut menyebabkan tingginya persaingan antara perusahaan-perusahaan jasa pelayanan makanan dilihat dari semakin banyaknya dibangun tempat-tempat menjual makanan dan minuman

Perkembangan jasa pelayanan makanan di Yogyakarta semakin melonjak di penghujung 2010 (pengamatan penulis) hingga kini yang diiringi oleh perubahan pola konsumsi masyarakat. Masyarakat menginginkan bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan makan tetapi juga untuk ajang hiburan atau rekreasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, orang-orang akan mencari bentuk kepuasan yang lain seperti variasi makanan, minuman, rasa, harga, suasana yang berbeda, pengalaman baru serta dalam hal pelayanan. Dengan latar belakang inilah terjadi peningkatan permintaan masyarakat terhadap tersedianya jasa penyedia pelayanan makanan. Gaya hidup yang serba praktis dan cepat telah membawa pengaruh ke pola konsumsi sebagian besar masyarakat Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari banyaknya perkembangan usaha jasa boga yang kreatif dan semakin menjamur yang menawarkan beragam produk serta pelayanan bahkan sampai konsep bangunan yang unik untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

Salah satu contoh usaha dalam bidang jasa pelayanan makanan adalah *cafe*. Di era *modern*, bisnis *cafe* merupakan bisnis yang menjanjikan banyak keuntungan khususnya di Yogyakarta. Banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih *cafe* tertentu. Pada saat konsumen memasuki salah satu *cafe*, tentu konsumen tersebut mempunyai sejumlah harapan, bagaimana mereka dapat merasakan dan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan mereka. Di antaranya produk apa yang dibeli, di mana akan dibeli, dengan harga berapa produk tersebut dibeli, dan pelayanan yang bagaimanakah yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Selain sebagai tempat makan, banyak masyarakat yang menjadikan

cafe sebagai tempat untuk berkumpul sekaligus menjadikan *café* sebagai tempat untuk rapat maupun *meeting* dengan kolega bisnis. Hal itu ditinjau dari gaya hidup masyarakat masa kini yang cenderung senang bersosialisasi.

Usaha *cafe* saat ini semakin berkembang fungsinya selain sebagai penyedia kebutuhan pangan, juga berfungsi sebagai sarana *refreshing* dan berinteraksi dengan orang lain untuk dapat menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari. Jumlah *café* yang terus meningkat disebabkan karena semakin besarnya pola konsumsi masyarakat khususnya masyarakat Yogyakarta. Salah satu daerah yang menyediakan jasa pelayanan makanan di wilayah Yogyakarta khususnya di Kabupaten Sleman adalah "*Jalan Sagan/ Sagan*". Walaupun terletak di wilayah Kabupaten Sleman, namun secara garis besar letak daerah Sagan berbatasan langsung dengan kota Yogyakarta. Lingkungan daerah Sagan termasuk dalam wilayah yang ramai dan padat penduduk. Di daerah tersebut terdapat pertokoan/ pusat perbelanjaan, *café*, rumah makan, restoran, hotel, kost pelajar/ mahasiswa, dan berada dekat dengan Perguruan Tinggi di Yogyakarta. Tempat-tempat inilah yang memberikan banyak pengaruh dalam kemajuan usaha pelayanan makanan tersebut.

Dari observasi yang penulis lakukan di daerah Sagan Kabupaten Sleman, dari tahun 2009 hingga tahun 2014 terdapat 11 *café* yang berdiri yaitu *Chez Moi Patisier & Chocolatier* (2013), *Bong Coffee Town* (2013), *Indiecology Café* (2014), *Myoozik Café* (2008), *I café* (2012), *Sruput Coffee* (2013), *Goebug Café* (2008), *Geronimo Café* (2013), *Rikidederico* (2014), Rumah Coklat (2006) dan *Pancake's Company* (2010). Peningkatan jumlah *café* ini

sangat berdampak pada persaingan yang ketat antar *café* pada daerah tersebut. Persaingan ini mengharuskan para pengusaha *café* khususnya di daerah Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta untuk menerapkan strategi pasar secara maksimal dengan menitik beratkan kepada konsumen baik dari kualitas produk yang dijual maupun pelayanan yang diberikan.

Berhasil tidaknya usaha jasa *cafe* dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan menciptakan kepuasan tergantung kepada kualitas pelayanan yang diberikan. "Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*)". Setiap *cafe* harus bisa menciptakan kualitas produk makanan, minuman dan pelayanan yang sebaik mungkin untuk dapat memuaskan dan memenuhi harapan dari para konsumen. Kualitas produk disini berarti produk tersebut telah dapat memuaskan konsumennya, dengan kata lain produk tersebut menawarkan mutu, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik dan unggul, sehingga mendatangkan keuntungan yang maksimal bagi penyedia jasa *café*. Sangatlah penting bagi pihak *cafe* untuk selalu menjaga mutu dari pelayanan demi memuaskan para pelanggannya.

Setelah penulis melakukan observasi langsung dan melakukan wawancara dengan Astri Widyanari pemilik *café Pancake's Company* berpendapat bahwa "permasalahan yang muncul pada *cafe* di daerah Sagan adalah ketika *cafe* tersebut belum mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga dapat mengakibatkan suatu usaha tersebut mengalami kerugian. Hal tersebut bisa terjadi karena sumber daya manusia yang ada kurang

berpengalaman dan belum mendapatkan pelatihan secara khusus. Selain itu, kurangnya pengawasan dari sang pemilik usaha juga sangat berpengaruh dalam memberikan pelayanan yang maksimal.

Pelayanan yang berkualitas dan memuaskan akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk selalu menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan *café*. Pihak *café* yang ada di daerah Sagan tentunya harus dapat meningkatkan kualitas dan kepuasan para pelanggannya dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan mereka dan meminimalkan ataupun menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi para konsumen. Bila konsumen telah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan, tak jarang konsumen akan memberikan informasi kepada rekan dan kerabatnya mengenai apa yang telah mereka dapatkan di *café* tersebut. Secara tidak langsung hal ini akan sangat membantu pihak *café* dalam mempromosikan produknya.

Permasalahan lain yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan *café* adalah kualitas produk, harga, variasi menu makanan serta minuman yang ada kurang menarik dan bervariasi. Menurut salah satu pelanggan *Café Pancake's Company* rasa makanan dan minuman yang disajikan kurang diterima oleh lidah pelanggan dan terkadang tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan. Kebersihan makanan dan peralatan yang digunakan juga turut mempengaruhi kepuasan konsumen. Untuk memperoleh konsumen yang loyal terhadap suatu merek atau produk tertentu, *café* tersebut haruslah memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh para pesaing jenis bisnis yang sama disekitarnya. Salah satu keunggulan

tersebut adalah jasa pelayanan yang diberikan kepada para konsumen. Kepuasan yang dirasakan konsumen merupakan kunci keberhasilan dalam suatu kegiatan usaha. Diharapkan bahwa pelayanan dengan kualitas pelayanan yang memuaskan akan menjadi syarat utama dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen *café* khususnya yang terdapat di daerah Sagan Yogyakarta dalam jangka waktu yang panjang.

Kenyamanan dan kebersihan ruangan, kursi dan meja juga menjadi hal yang penting. Namun, beberapa *café* belum menyadari arti pentingnya area pendukung untuk kenyamanan konsumen. Selain itu, tersedianya area lahan untuk parkir kendaraan yang aman dan memadai, akses transportasi, ketersediaan fasilitas-fasilitas pendukung lain seperti mushola, toilet yang bersih, area bebas rokok dan konsep tempat yang menarik juga memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi yang bisa dijadikan pegangan, acuan, dan referensi bagi pihak manajemen *café* yang terdapat di daerah Sagan Yogyakarta di dalam memperbaiki dan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen melalui pelayanan yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Produk dengan Kepuasan Konsumen *café* Di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan *café* di Dusun Sagan yang timbul antara lain:

1. Beberapa *café* yang ada di wilayah Sagan kurang mengutamakan terpenuhinya kebutuhan primer terutama bahan pangan dengan menu makanan dan minuman yang bervariasi.
2. Kurangnya dorongan pemilik bisnis *café* di Dusun Sagan dalam mengembangkan usahanya demi mendapatkan keuntungan yang banyak.
3. Kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada konsumen oleh pemilik usaha *café* kurang dirasakan oleh konsumen karena tidak ada peningkatan pelayanan oleh pihak pemilik *café*.
4. Kualitas produk makanan *café* di Dusun Sagan yang kurang diminati oleh sebagian konsumen dan terkadang tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan.
5. Aspek lokasi, akses transportasi dan fasilitas penunjang lain yang ada di *café* Dusun Sagan kurang memadai karena tersedian lahan untuk parkir yang aman dan memadai serta ketersediaan fasilitas lain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, serta adanya keterbatasan dalam diri peneliti, maka penelitian ini dibatasi agar lebih terarah dan efektif. Penelitian ini difokuskan pada permasalahan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berpijak dari latar belakang masalah, identifikasi masalah dan pembatasan masalah diatas maka, dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?
2. Bagaimana kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?
3. Bagaimana kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?
4. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?
5. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?
6. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui kualitas pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.
2. Mengetahui kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.
3. Mengetahui kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta
4. Mengetahui dan menjelaskan hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.
5. Mengetahui dan menjelaskan hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.
6. Mengetahui dan menjelaskan hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama sama dengan Kepuasan Konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen di bidang usaha boga *café* yang bertempat di beberapa *café* yang ada di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta dan membantu untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana.

2. Bagi Industri *Cafe*

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana memahami tentang hubungan antara kualitas pelayanan dan produk

dengan kepuasan konsumen di bidang usaha *cafe*, serta mampu menjadi bahan masukan bagi industri untuk terus mengembangkan usahanya agar lebih dikenal dan diminati masyarakat umum.

3. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka dan bahan evaluasi sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian sejenis.

4. Bagi Masyarakat

Untuk menambah pengetahuan masyarakat terhadap kekurangan atau kelebihan dari pelayanan dan produk beberapa *café* yang ada di daerah Sagan, sehingga dapat dijadikan bahan perbandingan dengan beberapa *café* di daerah lain.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas menurut *American Society for Quality Control* dalam Phillip Kotler (2009: 143) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Goeth dan Darvis dalam Tjiptono (2000: 51), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Sunyoto, (2013: 45) Kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah memiliki nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Sedangkan pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik yang menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani orang lain. Sedangkan melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan

seseorang. Pelayanan adalah produk yang bersifat abstrak lebih berupa tindakan atau pengalaman yang tidak dapat disimpan dan digunakan untuk waktu mendatang.

Pelayanan bisa diartikan bermacam-macam oleh setiap orang. Menurut Philip Kotler (2008: 292) pelayanan dapat diartikan sebagai berikut:

“Pelayanan adalah suatu produk yang tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum pelayan itu dibeli. Pelayanan mempunyai sifat tidak terpisahkan adalah pelayanan dibuat dan dikonsumsi pada saat yang sama dan tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, kualitas pelayanan dapat beragam, tergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan, dimana dan bagaimana.”

Oka A. Yoeti (1999: 23) menyatakan bahwa pelayanan atau biasa disebut juga jasa (*service*) merupakan suatu hasil (*product*) dari kegiatan hubungan timbal balik antara *producer* dan *consumer* dengan melalui beberapa kegiatan internal, dimana *producer* dapat memenuhi kebutuhan *consumer* dalam bentuk kepuasan (*satisfaction*). Sehubungan dengan peranan pemberi jasa kepada pelanggan yang sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan, setiap *café* memerlukan *service excellence*. Menurut Elhaitammy dalam Tjiptono (2002: 58) yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Sasaran dan manfaat dari *service excellence* ada empat unsure pokok yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi.

“Untuk mencapai tingkat *excellence* setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaannya baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat

(*gesture*) pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional” (Elhaitamy dalam Tjiptono, 2002: 58).

Jadi pelayanan adalah interaksi dan hubungan timbal balik antara *producer* terhadap *consumer* yang tidak berwujud secara fisik tetapi lebih berupa sebuah tindakan untuk memenuhi kebutuhan dalam bentuk suatu kepuasan.

Bagi pelanggan kualitas pelayanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut pelanggan. Pelanggan memutuskan bagaimana kualitas yang dimaksud dan apa yang dianggap penting. Setiap pelanggan mempertimbangkan suatu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi standar kinerja bagi perusahaan jasa dan merupakan faktor terpenting bagi kepuasan konsumen/pelanggan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono (2005: 133-135) menyatakan terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan sesuai dengan tingkat kepentingan relatifnya adalah sebagai berikut :

- a. Realibilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- c. Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa

para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

- d. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Jadi yang dimaksud dengan kualitas pelayanan makanan adalah persepsi para konsumen pada pelayanan makan dan minuman ditempat makan yang didapat dengan pelayanan yang mereka harapkan terhadap berbagai macam pelayanan pada suatu usaha jasa boga untuk memenuhi suatu kepuasan pelanggan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Kualitas Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, penggunaan maupun konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan. Pengertian produk menurut Kotler (2008: 266) adalah sekumpulan atribut yang nyata (*tangible*) dan tidak nyata

(*intangible*) di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan *prestige* lainnya yang terkandung dalam produk, yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya.

William J. Stanton dalam Sunyoto (2013: 8) menyatakan terdapat dua definisi mengenai produk yaitu:

- a. Pengertian produk dalam arti sempit: *A product is a set tangible physical attributes assenable in an identifiable form.* (sebuah produk adalah sekelompok atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi).
- b. Pengertian produk dalam arti luas: *A product is a set of tangible and intangible attributes, including packaging, color, price, quality and brand, plus the service and reputation of the seller.* (sebuah produk adalah sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang di dalamnya terdapat kemasan, warna, harga, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual).

Dari beberapa definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa produk adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang di dalamnya sudah tercakup karakteristik, harga, kemasan, *prestige* dan mutu ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual yang diterima oleh konsumen sebagai bentuk memuaskan keinginannya. Produk memiliki indikasi untuk menarik perhatian, memiliki kegunaan yang dapat memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan.

Mutu produk atau jasa dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Definisi mutu yang berpusat pada pelanggan sendiri adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Penjual telah

menghasilkan mutu apabila produk atau pelayanan penjual tersebut memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Kotler 2008: 11).

Kotler (2008: 269) berpendapat bahwa kualitas dan peningkatan produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Apabila perusahaan hanya memfokuskan diri pada produk perusahaan akan membuat perusahaan kurang memperhatikan faktor lainnya dalam pemasaran. Faktor lain seperti pelayanan yang menyertai penjualan produk, kegunaan, kemasan, kemudahan untuk mendapatkan produk adalah faktor yang melekat pada produk dan biasanya diperhatikan konsumen untuk dipertimbangkan sebelum membeli produk selain produk dan harga.

Bartono (2005: 43) berpendapat bahwa terdapat empat indikator kualitas makanan yaitu:

1) Porsi yang baik dan tepat dengan standar porsi penyajian, 2) Rasa yang lezat karena tepat dengan standar porsi penyajian, 3) Penampilan yang bagus diatas piring, 4) Tingkat *hygiene* yang tinggi dan bersih.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa porsi makanan yang dijual sudah ditetapkan standarnya, baik terhadap bahan yang digunakan maupun memasaknya. Acuan porsi ini sudah diprogramkan dalam SPC (*Standart Portion Control*). Standar ini penting bagi bagian *Butcher* yang menyiapkan porsi daging dan ikan, dan juga bagian lain di dapur.

Pada resep standar yang harus dicantumkan antara lain: 1) nama bahan dengan berat atau takarannya, 2) *unit cost* dan *total cost* untuk perhitungan *cost*-nya, 3) metode masaknya, 4) cara menyajikannya kepada pelanggan, 5) Resep tersebut digunakan untuk berapa porsi, 6) Nama makanannya, 7) nomor

resep dan kode kelompoknya, 8) tanggal berlaku, 9) kolom catatan (*remark*) untuk mencatat hal-hal lain yang perlu, 10) nama restoran atau perusahaan pemilik resep, 11) Bila mungkin, foto makanan yang sudah jadi. Dengan mengikuti semua petunjuk dari resep standar tersebut diharapkan akan tercapai rasa makanan yang seragam, stabil, dan enak. (Bartono 2005: 44)

Tampilan dapat menarik apabila ada unsur-unsur sebagai berikut:

- a. *Garnishing* atau hiasan. *Garnish* harus dibuat sederhana guna memperbaiki penampilan makanan. Bahan untuk membuat *garnish* adalah bahan yang dapat dimakan. *Garnish* juga tidak boleh dari plastik atau lainnya yang tidak dapat dimakan. *Garnish* tidak boleh berlebihan. Standarnya adalah 60 gram tiap jenis *garnish*.
- b. *Sauce* atau saus. Fungsi *sauce* selain untuk menambah lezat juga untuk menambah tampilan yang lebih baik. *Dressing* adalah jenis saus yang dipakai untuk selada.
- c. *Papper caps* atau topi kertas. Benda ini di pasang pada ujung tulang (ayam, kambing atau *pork chop*) dimana tulang itu untuk menempel dagingnya.
- d. Agar tidak tampak semata-mata sebagai "tulang" maka diberi "topi" untuk memeperindah penampilannya.
- e. *Flambie* atau memasak didepan tamu, merupakan suatu teknik presentasi dengan *show* dalam menyajikan makanan.
- f. Metode ini dibatasi untuk makanan tetentu yang harganya mahal, misalnya:
 - 1) *Flaming dinner steak*.
 - 2) *Flaming piccata italianne*.
 - 3) *Flaming desert* seperti *crepe suzettw* dan *cherry jubilee*.

g. *Carving* atau memotong makanan matang didepan tamu. Misalnya: *prime rose beef, rose turkey, rose veal leg* dsb.

Persoalan *hygiene* sangat penting dalam persoalan makanan. *Hygiene* makanan mengkaruskan penyajian makanan: 1) Bahan makanan harus segar, tidak tercemar bakteri, dan sehat, 2) kondisi *fresh*, tidak busuk, tidak basi, 3) bumbu-bumbu tidak kadaluarsa (stock lama), 4) alat masaknya bersih dan *hygiene*, sering dicuci, 5) alat penyajian, seperti piring, gelas, dan sebagainya harus *hygiene* dan bersih, 6) semua jenis *napkins*/serbet dan lap-lap harus bersih.

Sunyoto (2013: 12) menyatakan bahwa kebutuhan dan preferensi konsumen dapat berubah karena beberapa hal antara lain perubahan susunan umur penduduk, perubahan daya beli, adanya penemuan baru, adanya perbaikan baru atau cara-cara baru, pengaruh fashion, perubahan sikap masyarakat, perubahan kesenangan dan kebiasaan masyarakat. Pada umumnya konsumen tidak langsung mengetahui produk yang akan dibeli, sehingga citra yang ada pada produk dapat memberi jawaban atas pertanyaan tentang tanggal kadaluarsa, komposisi bahan, kegunaan, cara pakai, perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Kualitas produk dapat ditentukan oleh material, teknik atau cara pembuatan, tingkat keahlian orang atau perusahaan yang mengerjakan, engineering design dan specifications, dan daya tarik.

Citra produk dan kualitas produk akan mempengaruhi persepsi yang timbul pada konsumen. Konsumen akan mengumpulkan informasi produk kemudian menghubungkan informasi yang didapat dengan kepentingan atau kebutuhan konsumen sehingga konsumen dapat menginterpretasikan arti atau makna dari

informasi produk tersebut. Menurut Suryani (2008: 104) persepsi konsumen terhadap produk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. Perbedaan antar produk yang menyolok. Perbedaan produk dari bahan baku atau atribut lain yang menunjukkan perbedaan kualitas produk yang signifikan antara produk yang satu dan produk lainnya.
2. Kebaruan atau inovasi produk. Inovasi produk yang memengaruhi persepsi konsumen tidak terbatas dari atribut internal produk seperti kemasan, warna maupun isi atau kandungan produk tetapi juga dari inovasi program pemasaran yang baru sehingga dapat menarik perhatian konsumen.
3. Intensitas. Intensitas dari informasi yang didapat oleh konsumen seperti aroma yang lebih harum dari parfum tertentu akan menarik perhatian lebih dari konsumen daripada aroma parfum yang biasa.
4. Kuantitas atau ukuran produk. Ukuran produk atau kuantitas adalah hal yang akan diperhatikan oleh konsumen ketika memilih produk. Produk yang berkaitan dengan kebutuhan pokok akan lebih menarik konsumen ketika produk yang ditawarkan lebih banyak kuantitasnya atau lebih besar.
5. Gerakan. Video promosi produk yang bergerak akan lebih menarik konsumen daripada promosi dengan gambar dan tulisan di papan iklan.
6. Pengulangan. Produk dengan promosi yang berulang-ulang akan lebih menarik perhatian dan dapat mempengaruhi konsumen agar hafal dengan ciri produk atau kata-kata promosi dari suatu produk tertentu.

Perusahaan yang menjual produk atau jasa melakukan usaha agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi kualitas produk. Perusahaan melakukan upaya dengan peningkatan kualitas produk atau

jasa secara berkelanjutan, sehingga produk maupun jasa yang dijual oleh suatu perusahaan memiliki kualitas yang baik atau sesuai dengan harga yang ditawarkan. Peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang dibeli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Kotler (2008: 272) berpendapat bahwa perusahaan perlu memperhatikan upaya dalam penentuan keputusan produk dan jasa yang akan diproduksi. Penentuan keputusan produk yang dibuat oleh perusahaan bertujuan untuk menentukan produk yang akan dihasilkan perusahaan.

Pengembangan suatu produk atau jasa meliputi pengertian manfaat yang akan ditawarkan produk atau jasa tersebut. Manfaat yang dikomunikasikan oleh produk atau atribut produk, yaitu:

1. Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar yang mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, sehingga kualitas berhubungan langsung dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Kualitas produk memiliki dua dimensi yaitu tingkat kualitas dan konsistensi. Perusahaan melakukan pengembangan produk akan menentukan tingkat kualitas produk yang akan mendukung *positioning* produk yang dihasilkan. Penentuan tingkat kualitas mempunyai arti kualitas kinerja atau kemampuan produk dalam melaksanakan fungsinya, sedangkan kualitas dalam dimensi tingkat konsistensi kualitas mempunyai arti pemastian kualitas atau bebas dari kerusakan dan konsisten dalam menghantarkan tingkat kinerja yang ditargetkan (Kotler, 2008: 272).

2. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing. Perusahaan mengeluarkan fitur produk baru yang bernilai adalah salah satu cara yang paling efektif untuk bersaing.
3. Gaya dan desain. Gaya adalah sesuatu yang terdapat pada produk yang menggambarkan penampilan produk. Gaya yang sensasional dapat menarik perhatian konsumen dan menghasilkan estetika yang indah tetapi tidak membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Gaya dapat menarik perhatian konsumen atau dapat membuat konsumen merasa bosan. Sedangkan Desain adalah konsep yang lebih besar daripada gaya karena desain mempunyai pengaruh pada penampilan, fungsi dan manfaat produk. Desain yang baik dimulai dari pemahaman tentang kebutuhan konsumen karena mendesain produk bukan hanya menciptakan produk tetapi melibatkan pembentukan pengalaman pemakaian produk bagi pelanggan.

Kualitas produk adalah faktor yang diperhatikan produsen agar konsumen memiliki harapan yang sesuai dengan kegunaan produk untuk dapat memenuhi kebutuhan atau memenuhi keinginan konsumen. Kualitas suatu produk dapat dibedakan berdasarkan fitur produk yang dapat menjadi suatu ciri produk yang menjadi perbedaan dengan produk lain. Gaya dan desain menjadi indikasi atau ciri khas suatu produk untuk dapat membentuk pengalaman yang dirasakan oleh konsumen. Gaya dan desain atau cara penyajian hidangan yang dapat mendatangkan pengalaman bagi konsumen di bidang kuliner adalah rasa, tekstur, aroma, bentuk atau warna.

3. Kepuasan Konsumen

Philip Kotler (2009: 138) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Masalah kepuasan konsumen merupakan masalah yang bersifat subyektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain, walaupun jasa yang diberikannya mempunyai kualitas yang sama, karena itu kepuasan ini sangat sulit diukur secara kuantitatif.

Philip Kotler (2001: 158) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Sedangkan menurut Westbrook & Reilly dalam Fandy Tjiptono (2001: 433), kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja atau perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual. Terdapat kesamaan di antara definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja/hasil yang diharapkan).

Dalam konsep kepuasan pelanggan, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk. Harapan

adalah pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila mereka mengkonsumsi produk. Jadi tingkat kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang merupakan hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan konsumen dapat tercapai dengan adanya kegiatan pemasaran, karena tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian. Kepuasan menurut Kotler (2001: 13) adalah kepuasan pelanggan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relative terhadap harapan pembeli. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

Konsumen dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu pada umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Umar (2002: 15) menjelaskan bahwa kepuasan dibagi menjadi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologika. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologika merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk. Dimensi kepuasan konsumen meliputi:

- 1) Dimensi kepuasan fungsional yaitu kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan. Dimensi kepuasan fungsional mempunyai indikator:

- a) Mutu produk yaitu ukuran baik dan tidaknya suatu produk.
 - b) Ketersediaan produk yaitu selalu tersedianya produk sesuai apa yang ditawarkan kepada konsumen.
 - c) Efisiensi produk yaitu kesederhanaan dalam pengolahan produk.
 - d) Keterjangkauan harga yaitu harga yang bisa dijangkau oleh semua kalangan masyarakat.
- 2) Dimensi kepuasan psikologika adalah kepuasan yang diperoleh dari atribut yang tidak berwujud dari produk. Dimensi kepuasan logika mempunyai indikator:
- a) Harapan konsumen yaitu keinginan yang diharapkan oleh konsumen terhadap produk yang dipakainya.
 - b) Perasaan konsumen setelah memakai produk yaitu suatu nilai ukuran atas suatu produk.

Ada beberapa faktor yang menentukan ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan muncul ketika harapan para pembeli ternyata tidak cocok atau negative. Yaitu kinerja suatu produk ternyata lebih buruk dari kinerja yang diharapkan. Konsumen yang merasa tidak puas terhadap produk atau pelayanan cenderung tidak akan melakukan pembelian ulang dan bahkan dapat mengancam langsung kepada produsen, pengecer serta menceritakan keadaan konsumen lainnya tentang pengalaman yang tidak enak yang dialaminya. Tindakan atau perilaku ketidakpuasaan yang biasa dilakukan oleh konsumen yaitu, mendiamkan saja dan melakukan komplain.

Berkaitan dengan hal ini, Singh dalam Tjiptono (1997: 22) memberikan tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan yaitu:

1) *Voice Response*

Kategori ini meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung atau meminta ganti rugi keada perusahaan yang bersangkutan maupun kepada distributornya. Bila pelanggan melakukan hal ini, maka perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Pertama, pelanggan memberikan kesempatan sekali lagi keada perusahaan untuk memuaskan mereka. Kedua, resiko publisitas buruk dapat ditekan, baik publisitas dalam bentuk rekomendasi dari mulut ke mulut, maupun melalui koran atau media massa. Ketiga, member masukan mengenai kekurangan pelayanan ang perlu diperbaiki perusahaan.

2) *Private Response*

Tindakan yang dilakukan anatar lain memperingatkan atau memberitahu kolega, teman atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi perusahaan.

3) *Thirt-party response*

Tindakan ini dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dan sebagainya. Kadangkala pelanggan lebih memilih menyebarkan keluhannya kepada masyarakat luas, karena secara psikologis lebih memuaskan. Lagi pula mereka yakin akan mendapat tanggaan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan.

Apabila perusahaan mendapatkan komplain dari konsumen sebaiknya ditangani dengan sebaik-baiknya, karena dengan adanya penanganan keluhan dari konsumen yang tidak puas dengan sebaik-baiknya maka hal itu akan memberikan peluang untuk mengubahnya menjadi pelanggan yang puas. Terciptanya kepuasan konsumen adalah salah satu upaya dari perusahaan untuk dapat terus menerus bertahan dan memenangkan pesaingnya. Dengan terciptanya kepuasan konsumen maka akan semakin mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen.

Konsumen adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitas yang seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhannya. Menurut Tjiptono, adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya:

- 1) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
- 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
- 3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
- 4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
- 5) Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.

Tjiptono (1997: 40) berpendapat bahwa terdapat beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen yaitu:

- 1) Strategi *relationship marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antar pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah pembelian pertama.

- 2) Strategi *Superior customer service*

Strategi dimana perusahaan menerapkan/menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada perusahaan lainnya.

3) Strategi *unconditional guarantees*

Strategi dimana perusahaan memberikan jaminan kualitas produk yang ditawarkan.

4) Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penyebab jasa akan mengetahui hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan saat ini, penyedia jasa akan mengetahui sumber masalah operasinya, karyawan dapat termotivasi untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan lebih baik.

Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), konsumen adalah setiap orang yang memakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Sedangkan menurut UU No.8 Tahun 1999 Pasal 1 Angka 2, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.

Jadi kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah seseorang tersebut membandingkan antara persepsi/kesan yang dirasakan terhadap kinerja dan produk yang diharapkan.

4. Mengukur Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap *cafe* untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Menurut Philip Kotler dalam Fandi Tjiptono (2008: 454), mengemukakan beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan yaitu :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Informasi yang diberikan oleh pelanggan akan sangat berguna untuk memperbaiki kekurangannya.

b. *Survey* kepuasan pelanggan

Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus memberikan tanda bahwa perusahaan memperhatikan para pelanggannya.

c. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Dimana *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kelemahan maupun kelebihan produk perusahaan dan pesaing.

d. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan lain. Perusahaan ingin mengetahui apa penyebab terjadinya hal tersebut sekaligus mengetahui kekurangan dari produk (barang dan jasa) perusahaan.

Pada hakekatnya sebuah bisnis sangat tergantung dengan konsumen. Namun demikian, para pelaku bisnis juga harus menyadari bahwa umumnya konsumen tidak peduli dan tidak mau tahu dengan masalah sehari-hari yang dialami oleh pelaku bisnis karena yang ada di pikiran konsumen adalah apa yang mereka butuhkan harus terpenuhi tanpa mau tahu bagaimana sulitnya memenuhi semua keinginan konsumen tersebut. Untuk dapat mewujudkan kepuasan pelanggan secara total bukanlah hal yang gampang. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Pada prinsipnya strategi kepuasan pelanggan akan menyebabkan para pesaing *cafe* harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu *cafe*.

5. Pengertian *Café*

Menurut Wojowasito dan Poerwodarminto (1999: 54), "*Cafelaria* atau *cafe* adalah suatu restoran kecil yang mengutamakan penjualan *cake* (kue-kue), *sandwich* (roti isi), kopi dan teh". *Coffeeshouse*, *coffeeshop*, *café* merupakan gabungan dari karakter bar dan beberapa karakter restoran. Di beberapa negara, *café* dapat menyerupai resto, menawarkan aneka makanan. Bagian terpenting dari sebuah *coffeeshouse* dari awal mulanya adalah fungsi sosialnya, tersedianya tempat dimana orang-orang pergi untuk berkumpul, bercengkrama, menulis, membaca, bermain atau ketika menghabiskan waktu baik dalam kelompok maupun individu.

Cafe yang berarti *coffee* dalam Bahasa Indonesia yaitu kopi atau *coffeeshouse* dalam Bahasa Indonesia adalah kedai kopi, istilah ini muncul pada abad ke-18 di

Inggris. Di Indonesia kafe berarti semacam tempat sederhana, tetapi cukup menarik untuk makanan ringan, maka dari itu kafe berbeda dengan warung (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kafe>).

Pada awalnya kafe hanya berfungsi sebagai kedai kopi, tetapi sesuai dengan perkembangan jaman *Cafe* telah memiliki banyak konsep, diantaranya sebagai tempat menikmati hidangan/dinner, *Cafe* otomotif yang *Cafe* ini disediakan bagi komunitas penggemar dunia otomotif, sampai pada *cyber Cafe* atau *Cafe* yang menyediakan fasilitas jaringan *on-line/internet* bagi konsumennya.

Tjiptono dan Gregorius (2005: 70) berpendapat bahwa salah satu aspek krusial dalam penyusunan rancangan jasa adalah segmentasi, targeting, positioning. Segmentasi pasar adalah merupakan proses pengelompokan pasar keseluruhan yang heterogen kedalam kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan dan preferensi, perilaku dan atau respon terhadap program pemasaran spesifik. Sedangkan market targeting adalah proses mengevaluasi, menyeleksi, dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang akan dijadikan pasar sasaran.

Beberapa *café* yang berada di daerah Sagan memiliki pasar pelanggan atau konsumen yang sebagian besarnya adalah pelajar dan mahasiswa. Mereka datang untuk membeli makanan atau minuman, sekedar bertemu maupun berinteraksi dengan kerabat atau teman, bahkan biasanya digunakan untuk sarana berkumpul dan mengerjakan tugas akademik maupun sebagai tempat hiburan untuk keluarga. Karena letak kawasan tersebut yang berada di tengah kota, maka mempermudah para konsumennya untuk datang baik berlama-lama

atau hanya sekedar menikmati pelayanan makan dan minum saja karena tempatnya yang mudah dijangkau.

Jenis *café* yang ada di daerah Sagan Yogyakarta memiliki konsep dan variasi menu makanan dan minuman yang berbeda pada masing-masing usahanya. Setiap *café* menyediakan konsep tempat yang menarik, variasi makanan dan minuman yang beraneka ragam baik dari makanan lokal maupun mancanegara. Sebagian besar *café* yang terdapat di daerah Sagan tergolong banyak diminati pengunjung karena variasi makanan dan minuman yang disajikan bahkan pelayanan dan konsep tempat yang menarik. Sangatlah penting bagi pihak *café* untuk selalu menjaga mutu dari pelayanan demi memuaskan para pelanggannya.

6. Karakteristik Dusun Sagan

Dusun Sagan secara administratif terletak di desa Caturtunggal. Pada mulanya Desa Caturtunggal merupakan wilayah yang terdiri dari 5 kelurahan, yaitu Kelurahan Karangwuni, Mrican, Demangan, Ambarukmo, dan Kledokan. Caturtunggal adalah sebuah desa yang terletak di Kecamatan Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia. Desa Caturtunggal terletak pada 7°46"48" LS, dan 110°23"45" BT, dengan luas wilayah 11.070.000 M² dan didiami oleh 57.228 jiwa. Luas dusun Sagan ±889.7480 Ha (KRJogja.com).

Berdasarkan Maklumat Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta yang diterbitkan tahun 1946 mengenai Pemerintahan Kelurahan, maka lima kelurahan tersebut kemudian digabung menjadi satu desa yang otonom dengan nama Desa Caturtunggal yang secara resmi ditetapkan berdasarkan Maklumat Nomor 5 Tahun 1948 tentang Perubahan Daerah-daerah Kelurahan.(id.m.wikipedia.org)

Desa Caturtunggal termasuk dalam wilayah administratif Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Wilayah Desa Caturtunggal terletak dikawasan perkotaan yang berbatasan langsung dengan Kota Yogyakarta dan terdapat banyak jalan protokol, sehingga lalulintas sangat ramai dan padat sekali. Di samping itu kondisi masyarakatnya juga cukup beragam karena sebagai daerah urban, sehingga kondisi sosialnya sangat kompleks dan perkembangan pembangunan sangat cepat. Masyarakat yang ada di dusun Sagan sangat beragam, mulai dari penduduk asli, mahasiswa, pelajar, pegawai/ buruh kerja yang menempati beberapa rumah kost maupun rumah kontrakan. Keberagaman masyarakat yang tinggal di dusun Sagan menjadi daya tarik tersendiri bagi pemilik usaha bisnis *cafe* dalam rangka mengembangkan usahanya.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sri Handayani (2002) dengan judul "Hubungan Antara Pelayanan Makanan Dengan Kepuasan Konsumen di Gazebo Garden Restoran Yogyakarta". Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Gazebo Garden Restoran berada pada tingkat sedang. Sedangkan kepuasan konsumen berada pada tingkat sedang juga. Dalam penelitian ini terdapat hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan makanan dengan kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Haerul Isra Harun (2010) dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank". Penelitian ini menyimpulkan bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada mahasiswa pengguna *game pointblank*

pada kategori sedang sebanyak 65%, sementara dalam kategori tinggi sebanyak 20% dan kategori rendah sebanyak 15%.

Penelitian yang dilakukan oleh Camelia Hanifah Amalina (2010) dengan judul "Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Dengan Loyalitas Konsumen Pada Ritel Modern". Dari penelitian ini disimpulkan bahwa sebagian besar kepuasan konsumen dalam kategori sedang (55,71%), sementara kategori tinggi sebanyak 44,29% dan kategori rendah 0%.

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Wulandari (2013) dengan judul "Analisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Kopikita Semarang". Dalam penelitian ini variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,324, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Aprillia Nia Fardiani (2013) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Dyriana Bakery & Cafe Pandanaran Semarang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,267, dan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas pelayanan.

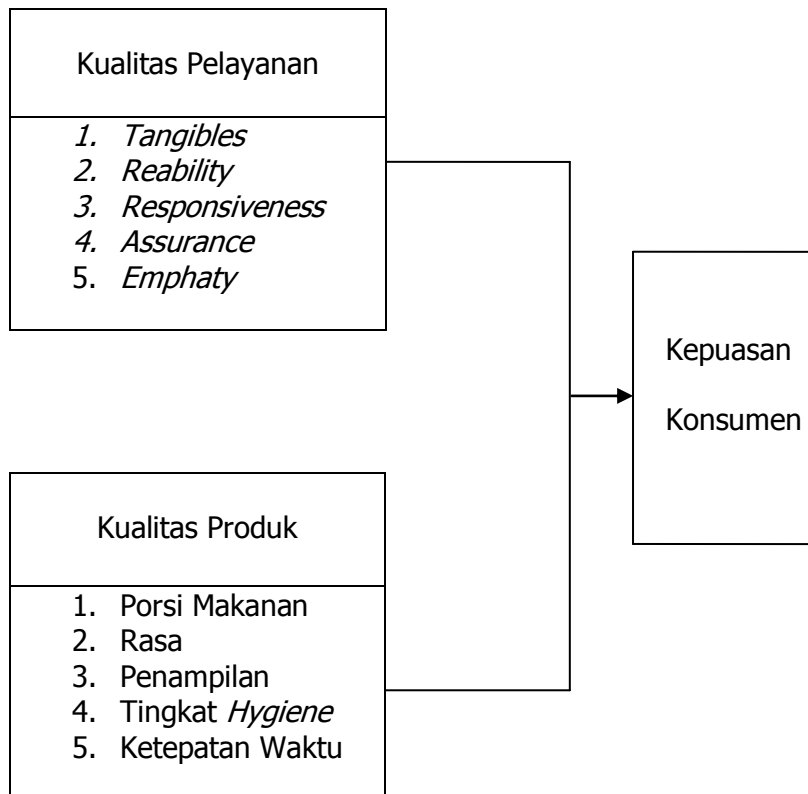
C. Kerangka Bepikir

Salah satu faktor yang diduga memiliki hubungan terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Dalam sebuah bisnis aspek pelayanan adalah faktor utama dalam suatu usaha terutama di bidang jasa boga. Pelayanan

akan mempengaruhi usaha jasa boga dalam memperoleh pelanggan dan keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus ditingkatkan agar usaha jasa boga mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan setiap *cafe* harus memperhatikan kualitas produk. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pemilik usaha *cafe* harus selalu menjaga kualitas produk mereka dengan menciptakan sesuatu yang baru seperti rasa yang lezat, penyajian yang menarik dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen agar keputusan pembelian mereka dapat terjadi secara berkesinambungan. Sebuah *cafe* dapat bertahan bila mempunyai keunggulan-keunggulan unik dibandingkan pesaingnya. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa para pemilik bisnis *cafe* harus selalu menjaga kualitas produk agar keberlangsungan usaha mereka tetap terjamin.

Untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen yang maksimal, peran kualitas pelayanan dan kualitas produk seharusnya lebih ditingkatkan. Kualitas pelayanan merupakan sikap yang berhubungan dengan keunggulan suatu jasa pelayanan untuk konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi kepuasan konsumennya. Begitu pula dengan kualitas produk, semakin kualitas produk itu ditingkatkan maka kepuasan konsumen bukan tidak mungkin akan tercapai. Dari kerangka berpikir yang dibuat dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berpikir dapat diajukan suatu hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang dihadapi, yaitu:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta.
3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ex-post facto*, karena mengungkapkan fakta berdasarkan pengukuran gejala yang telah ada pada diri responden sebelum penelitian ini dilakukan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan angka-angka yang diolah melalui analisis statistik.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di tiga jenis *café* di daerah dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta yakni, *Cafe Chez Moi Patisier & Chocolatier*, *Cafe Indiecology* dan *Cafe Pancake's Company*. Ketiga *cafe* diatas mewakili masing-masing dari beberapa jenis *cafe* yang ada di Dusun Sagan. Ketiga *cafe* tersebut beralamat di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2014 – Maret 2015.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2006: 61), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Senada dengan pendapat tersebut, Suharsimi Arikunto (2006: 120), menyatakan bahwa apabila populasinya kurang dari 100 maka lebih baik diambil semua. *Café* yang peneliti gunakan sebagai objek penelitian adalah tiga jenis *café* yang ada di dusun Sagan Sleman Yogyakarta yakni, *Chez Moi Patisserie & Chocolatier*, *Cafe Indiecology* dan *Cafe Pancake's Company*. Alasan mengambil tiga *café* tersebut karena segmentasi pasar yang telah dikelompokkan menurut kesamaannya dalam kebutuhan dan keinginan konsumen, baik dalam segi harga, lokasi strategis dan jenis produk yang dijual. Dari observasi yang penulis lakukan harga pada setiap *café* yang diteliti tidak berbeda jauh, lokasinya strategis karena *café* yang satu dengan yang lainnya berdekatan, dan jenis produk yang dijual sama-sama memiliki banyak variasi. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang berkunjung ke tiga jenis *café* tersebut. Menurut Zulfa Listya Ayu, Akuntan dari *Café Indiecologi* mengatakan bahwa rata-rata pengunjung perhari di *café* tersebut sebanyak 110 konsumen. Sejalan dengan itu *Café Pancake's Company* memperoleh data pengunjung perhari rata-rata sebanyak 120 konsumen (Irma Aulia Pratiwi, Manajer *Café Pancake's Company*). Sedangkan *Chez Moi Patisserie & Chocolatier* memperoleh rata-rata pengunjung sebanyak 100 konsumen. Dari data tersebut dapat dilihat ke dalam tabel berikut:

Tabel 1. Data Rata-rata Konsumen per hari dari Tiga Jenis *Cafe* di Daerah Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

No.	Nama <i>Cafe</i>	Jumlah konsumen perhari	Sampel
1	<i>Chez Moi Patisier & Chocolatier</i>	100	60
2	<i>Cafe Indiecology</i>	110	60
3	<i>Cafe Pancake's Company</i>	120	61
Total		330	181

Sumber : Data wawancara.

Berdasarkan populasi data perhari yang didapat dari tiga *cafe* diatas jumlah berjumlah \pm 330 konsumen yang jika dihitung sampelnya menurut tabel Krejcie and Morgan menjadi 181 dan dibagi dalam tiga *café* sehingga mendapatkan rata-rata setiap satu *café* perhari yakni 60 konsumen untuk *Chez Moi Patisier Chocolatier*, 60 konsumen untuk *Café Indiecology* dan 61 konsumen untuk *Café Pancake's Company*.

Penentuan sampel dalam penelitian ini termasuk dalam *nonprobability sampling* yakni *sampling incidental*. Menurut Sugiyono (2006: 67), *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut sesuai sebagai sumber data. Jadi, sampel dalam penelitian adalah orang atau konsumen yang kebetulan datang dan menikmati produk di tiga jenis *cafe* tersebut diwaktu peneliti sedang melaksanakan penelitian.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah yang dikembangkan oleh Krejcie and Morgan tahun 1970 yang populer dengan nama Tabel Krejcie and Morgan. Dari tabel Krejcie and Morgan, mengatakan bahwa semakin kecil jumlah populasi, semakin besar sampel yang harus diambil dari

populasi tersebut. Semakin besar jumlah populasi, semakin kecil jumlah sampel yang harus diambil dari populasi tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi yang peneliti ambil sebanyak 330 populasi sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden.

D. Variabel Penelitian

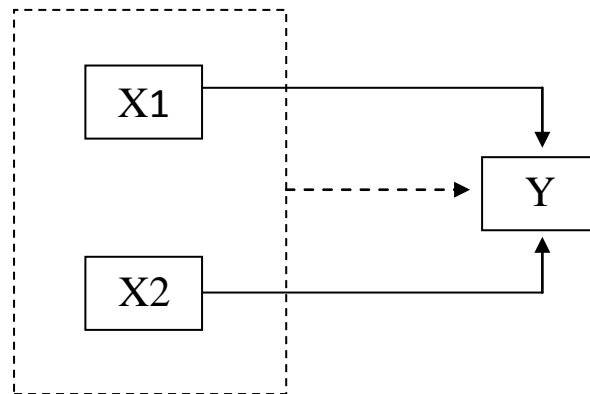
1. Identifikasi variabel yang akan diteliti

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang digunakan yaitu :

- a. Variabel bebas (*Independent variable*) artinya variabel yang mempengaruhi variabel terikat, meliputi :
 - 1) Kualitas Pelayanan (X_1)
 - 2) Kualitas Produk (X_2)
- b. Variabel terikat (*Dependent variable*) artinya variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu Kepuasan Konsumen (Y).

2. Hubungan antar Variabel

Skema hubungan antara variabel bebas dan terikat dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Hubungan antar Variabel

Keterangan :

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kualitas Produk

—> : Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen cafe, dan hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe

- -> : hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan Kepuasan konsumen cafe di dusun Sagan

Y : Kepuasan konsumen Cafe di dusun Sagan

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang berpengaruh bagi kemajuan usaha jasa pelayanan makanan khususnya cafe. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Emphaty*) dan Bukti Langsung (*Tangibles*).

2. Kualitas Produk

Produk dapat diartikan sebagai sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata yang di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, dan prestise, mutu dan merek ditambah dengan pelayanan dan reputasi penjual yang diterima oleh konsumen sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. Kualitas produk meliputi porsi makanan, rasa, penampilan tingkat *hygiene* dan ketepatan.

3. Kepuasan konsumen *Cafe* di dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta

Kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah seseorang tersebut membandingkan antara persepsi/kesan yang dirasakan terhadap kinerja dan produk yang diharapkan. Untuk mengukur kepuasan konsumen *café* yang ada di dusun Sagan Sleman Yogyakarta dapat dilakukan dengan system keluhan dan saran, survey kepuasan pelanggan, *ghost shopping* dan *lost customer analisis*.

F. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari konsumen berupa jawaban - jawaban terhadap pertanyaan - pertanyaan dalam angket terhadap pendapat konsumen tentang pelayanan dan kualitas produk *café* di daerah Sagan Sleman Yogyakarta. Data sekunder diperoleh melalui data dari pihak lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

a. Angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Suharsimi Arikunto, 2010: 194). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup merupakan sebuah kuisoner yang telah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Metode ini digunakan untuk mengungkap data kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *cafe*.

Dilihat dari bentuknya penelitian ini menggunakan skala bertingkat (*rating scale*) yaitu sebuah pertanyaan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan. Penggunaan kuesioner ini ditujukan untuk para konsumen *café*.

b. Observasi

Metode ini digunakan untuk mengamati langsung lokasi, konsep, fasilitas, serta jenis makanan dan minuman apa saja yang terdapat pada *cafe* yang berada di daerah Dusun Sagan Yogyakarta.

c. Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk pelengkap data yang digunakan untuk menambah informasi data penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam pembuatan instrumen diperlukan langkah-langkah yang teliti dan benar, agar dapat memperoleh data yang memenuhi syarat dan dapat mewakili objek penelitian untuk kemudahan dalam penyusunan instrumen,

Suharsimi Arikunto (2006: 78) menjelaskan langkah-langkah instrumen sebagai berikut :

- a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel-variabel yang ada rumusan judul (penelitian).
- b. Menjabarkan variabel-variabel menjadi sub variable.
- c. Mencari indikator setiap variable.
- d. Merumuskan sub indikator menjadi butir instrumen pertanyaan atau pernyataan.
- e. Melengkapi instrumen dengan daftar isian identifikasi responden, kata pengantar dan instruksi penyusunan.

Instrumen penelitian ini menggunakan angket dengan skala Likert (*rating scale*) yang telah dimodifikasi dengan menggunakan empat alternatif jawaban. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2006: 134). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, misalnya Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS), keempat penilaian diberikan bobot sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| a. Jawaban Sangat Setuju diberikan bobot | 4 |
| b. Jawaban Setuju diberikan bobot | 3 |
| c. Jawaban Tidak Setuju diberikan bobot | 2 |
| d. Jawaban Sangat Tidak Setuju diberikan bobot | 1 |

Berikut adalah daftar tabel kisi-kisi pengembangan instrumen penelitian:

Tabel 2. Kisi-kisi Pengembangan Instrumen Penelitian.

No.	Variabel	Indikator	Nomor
1	Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> - Bukti Langsung (tangibles) - Keandalan (reability) - Daya tanggap (responsiveness) - Jaminan (assurance) - Empati (empathy) 	1,2,3 4,5,6 7,8,9 10,11,12 13,14,15
2	Kualitas Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Porsi makan - Rasa - Penampilan - Tingkat Hygiene - Ketepatan waktu 	16,17,18, 19,20,21 22,23,24 25,26,27 28,29,30
3	Kepuasan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan fungsional <ul style="list-style-type: none"> - Mutu produk - Ketersediaan produk - Efisiensi produk - Keterjangkauan harga b. Kepuasan psikologika <ul style="list-style-type: none"> - Harapan konsumen - Perasaan konsumen setelah memakai produk 	31,32,33 34,35,36 37,38 39,40,41 42,43 44,45
Jumlah Butir Soal			45

G. Uji Coba Instrumen Penelitian

Sebelum instrumen penelitian dipakai di lapangan untuk mengambil data sesungguhnya, terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen tersebut. Uji coba instrumen tentang pendapat konsumen terhadap pelayanan dan hidangan *café* di Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta sebanyak 30 orang.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keaslian sesuatu instrumen (Suharsimi Arikunto, 2010: 211). Langkah pembuatan instrumen yaitu dengan membuat kisi-kisi pertanyaan, yang telah ditetapkan pada setiap indikator, kemudian kisi-kisi tersebut digunakan untuk menyusun item pertanyaan. Setiap item pertanyaan kemudian diujikan ke para ahli (*judgement experts*). Cara tersebut dilakukan dengan meminta pertimbangan para ahli untuk memeriksa dan mengevaluasi instrumen secara sistematis). Suatu instrumen yang valid mempunyai arti bahwa alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen ini disusun berdasarkan pertimbangan rasional yang didukung oleh konsep-konsep teori yang telah disusun sebelumnya.

Sedangkan rumus yang digunakan adalah yang dikemukakan Pearson yang lebih dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi Product Moment

$\sum Y$: jumlah skor variabel Y

$\sum X$: jumlah skor variabel X

n : jumlah sampel

$\sum Y^2$: jumlah skor kuadrat variabel Y

$\sum X^2$: jumlah skor kuadrat variabel X

$\sum XY$: jumlah perkalian antara skor variabel X dengan skor variabel Y.

Suharsimi Arikunto, (2006: 170)

Kriteria pengujian suatu butir dikatakan valid apabila koefisien korelasi r_{xy} berharga positif dan lebih besar dari harga tabel pada taraf signifikan 5%. Jika r_{xy} hitung lebih kecil dari r tabel dengan taraf signifikan 5% maka instrumen yang diujicobakan tersebut tidak valid. Demi mempermudah perhitungan uji validitas ini memanfaatkan program komputer *SPSS 13.00 for windows*.

Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah butir-butir yang valid. Hasil uji validitas dengan menggunakan bantuan SPSS *versi 13.00* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,474	0,361	Valid
	X1.2	0,688	0,361	Valid
	X1.3	0,556	0,361	Valid
	X1.4	0,562	0,361	Valid
	X1.5	0,517	0,361	Valid
	X1.6	0,506	0,361	Valid
	X1.7	0,418	0,361	Valid
	X1.8	0,379	0,361	Valid
	X1.9	0,530	0,361	Valid
	X1.10	0,526	0,361	Valid
	X1.11	0,483	0,361	Valid
	X1.12	0,556	0,361	Valid
	X1.13	0,174	0,361	Gugur
	X1.14	0,386	0,361	Valid
	X1.15	0,436	0,361	Valid

(Sumber: Data Primer Diolah, 2014)

Berdasarkan tabel 4 diatas, diperoleh nilai r hitung dari semua item pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan lebih besar dari r hitung. Sehingga semua item-item kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Pada indikator X1.13 jumlah r hitung dinyatakan kurang dari jumlah r tabel, maka dinyatakan gugur. Kemudian pengujian validitas untuk variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,511	0,361	Valid
	X2.2	0,453	0,361	Valid
	X2.3	0,686	0,361	Valid
	X2.4	0,658	0,361	Valid
	X2.5	0,489	0,361	Valid
	X2.6	0,625	0,361	Valid
	X2.7	0,637	0,361	Valid
	X2.8	0,629	0,361	Valid
	X2.9	0,402	0,361	Valid
	X2.10	0,509	0,361	Valid
	X2.11	0,378	0,361	Valid
	X2.12	0,502	0,361	Valid
	X2.13	0,477	0,361	Valid
	X2.14	0,403	0,361	Valid
	X2.15	0,529	0,361	Valid

(Sumber: Data Primer Diolah, 2014)

Berdasarkan tabel 5 diatas, diperoleh nilai r_{hitung} dari semua item pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga semua item-item kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Kemudian pengujian validitas untuk variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Konsumen (X3)	X3.1	0,458	0,361	Valid
	X3.2	0,139	0,361	Gugur
	X3.3	0,749	0,361	Valid
	X3.4	0,737	0,361	Valid
	X3.5	0,061	0,361	Gugur
	X3.6	0,628	0,361	Valid
	X3.7	0,461	0,361	Valid
	X3.8	0,493	0,361	Valid
	X3.9	0,509	0,361	Valid
	X3.10	0,560	0,361	Valid
	X3.11	0,512	0,361	Valid
	X3.12	0,605	0,361	Valid
	X3.13	0,709	0,361	Valid
	X3.14	0,500	0,361	Valid
	X3.15	0,647	0,361	Valid

(Sumber: Data Primer Diolah, 2014)

Berdasarkan tabel 6 diatas, diperoleh nilai r hitung dari semua item pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan lebih besar dari r hitung. Pada indikator X3.2 dan X3.5 jumlah r hitung dinyatakan kurang dari jumlah r tabel, maka dinyatakan gugur. Sehingga semua item-item kuesioner tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya. Sehingga hanya kuesioner-kuesioner yang valid yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji reliabilitas

Instrumen yang baik selain valid juga harus reliabel atau dapat diandalkan. Instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil yang tetap walaupun dilakukan siapa saja dan kapan saja. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien Alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total.

Suharsimi Arikunto, (2006: 196)

Kemudian hasil perhitungan koefisien korelasi Alpha (r_{11}) di interpretasikan terhadap koefisien korelasi, yaitu :

Tabel 6. Tabel Interpretasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Agak rendah
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat tinggi

Suharsimi Arikunto, (2006: 276)

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,832	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,860	Reliabel
Kepuasan Konsumen (X3)	0,872	Reliabel

(Sumber: Data Primer Diolah, 2014)

Berdasarkan Tabel 8 diatas, nilai *Alpha Cronbach* dari semua variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban responden dari variabel-variabel penelitian tersebut reliable, sehingga kuesioner dari variabel-variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

H. Teknik Analisa Data

1. Pengujian Hipotesis

Langkah-langkah untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut :

1) Korelasi ganda dua variabel

Mencari koefisien korelasi ganda antar variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Keterangan:

$R_{y.x_1x_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi product Moment antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi product Moment antara X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi product Moment antara X_1 dengan X_2

(Sugiyono, 2006: 233)

2) Pengujian signifikan terhadap koefisien korelasi ganda.

Untuk menguji signifikansi koefisien regresi majemuk digunakan uji F, dengan rumus sebagai berikut:

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R = koefisien korelasi ganda
- k = jumlah variabel independen
- n = jumlah anggota sampel

(Sugiyono, 2006:235)

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi hubungan antar variabel. Bila F_{hitung} sama dengan atau lebih besar dari F_{tabel} pada taraf signifikansi 5% maka signifikan. Sebaliknya bila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} , maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung tidak signifikan.

3) Untuk menguji koefisien regresi ganda diuji dengan rumus:

$$F_{reg} = \frac{R^2 (N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan:

- F_{reg} = harga F garis regresi
- N = rerata kuadrat garis regresi
- m = kuadrat residu
- R^2 = koefisien korelasi antara kriterium dengan prediktor

(Sutrisno Hadi, 2004:23)

4) Untuk mencari sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing prediktor terhadap kriterium digunakan rumus:

a. Sumbangan relatif (SR %)

Perhitungan sumbangan relatif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Sumbangan relatif dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$SR\% = \frac{a \sum xy}{JK_{reg}} \times 100\%$$

keterangan:

SR % = sumbangan relatif dari suatu prediktor

a = koefisien prediktor

$\sum xy$ = jumlah produk antara x dan y

JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi

(Sutrisno Hadi, 2004: 38)

b. Sumbangan efektif (SE%)

Perhitungan sumbangan efektif digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan relatif tiap prediktor dari keseluruhan populasi. Sumbangan efektif dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$SE\% = SR\% \times R^2$$

Keterangan:

SE % : sumbangan efektif dari suatu prediktor

SR % : sumbangan relatif dari suatu prediktor

R^2 : koefisien determinasi

(Sutrisno Hadi, 2004: 39)

c. Standar deviasi ideal (SDi)

Kategorisasi Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (Xmin) dan nilai maksimum (Xmax) diketahui, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (Mi) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{max} + X_{min})$, mencari standar deviasi ideal (SDi) dengan rumus $S_{di} = \frac{1}{6} (X_{max} - X_{min})$. Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelas sebagai berikut:

Baik $= X \geq M + SD$

Cukup $= M - SD \leq X < M + SD$

Kurang $= X < M - SD$

Keterangan :

X = Skor yang diperoleh

M = Skor rata-rata kelas

SD = Standart Deviasi

(Saifuddin Azwar, 2013: 149)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Jawaban angket yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dan produk terhadap kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Dalam hal ini analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif. Data penilaian responden terhadap masing-masing variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Variabel Kualitas Pelayanan

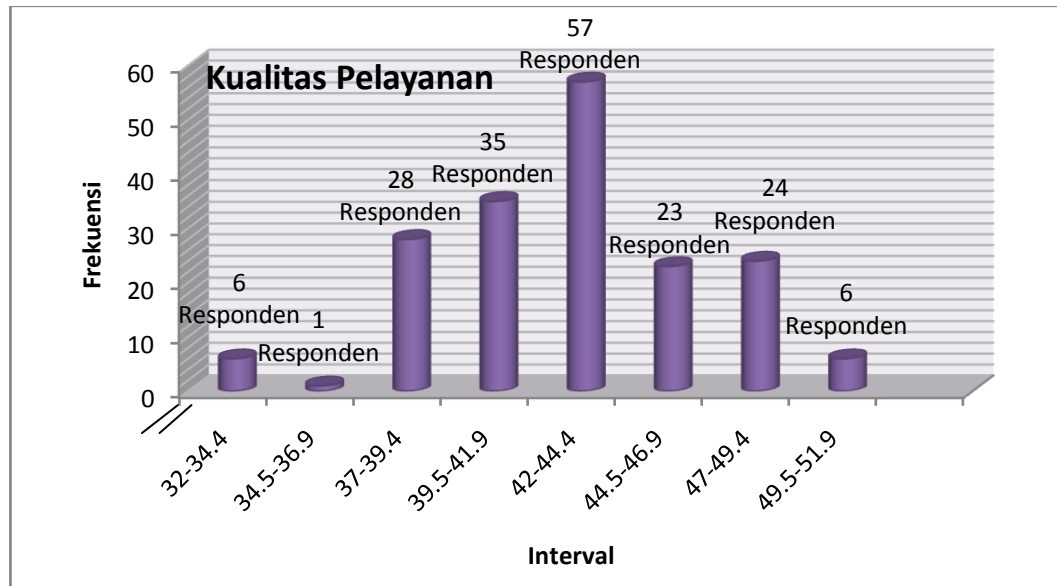
Data variabel kualitas pelayanan diperoleh melalui angket dengan 14 butir pernyataan dan jumlah responden 181 orang. Berdasarkan data yang diolah menggunakan program *SPSS*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 51, skor terendah sebesar 32, nilai mean sebesar 35, median sebesar 37,00, modus sebesar 39,00 dan standar deviasi sebesar 7. Tabel distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan disajikan sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Kualitas Pelayanan *Cafe* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

No.	Interval	frekuensi	Persentase
1	49.5 - 51.9	6	3.31%
2	47.0 - 49.4	24	13.26%
3	44.5 - 46.9	23	12.71%
4	42.0 - 44.4	58	32.04%
5	39.5 - 41.9	35	19.34%
6	37.0 - 39.4	28	15.47%
7	34.5 - 36.9	1	0.55%
8	32.0 - 34.4	6	3.31%
Jumlah		181	100.00%

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan di atas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Grafik Distribusi Kualitas Pelayanan Café di Dusun Sagan Sleman

Berdasarkan tabel dan grafik tersebut, kualitas pelayanan paling banyak berada pada interval 42-44,4 sebanyak 57 responden, sedangkan paling sedikit terdapat pada interval 34,5-36,9 sebanyak 1 responden. Sementara sisanya berada pada interval 6 responden, interval 37-39,4 sebanyak 28 responden, 39,5-41,9 sebanyak 35 responden, 44,5-46,9 sebanyak 23 responden, 47-49,4 sebanyak 24 responden dan 49,5-51,9 sebanyak 6 responden.

Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{\min}) dan nilai maksimum (X_{\max}) diketahui, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{\max} + X_{\min})$, mencari standar deviasi ideal (SD_i) dengan rumus $SD_i = \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$. Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam

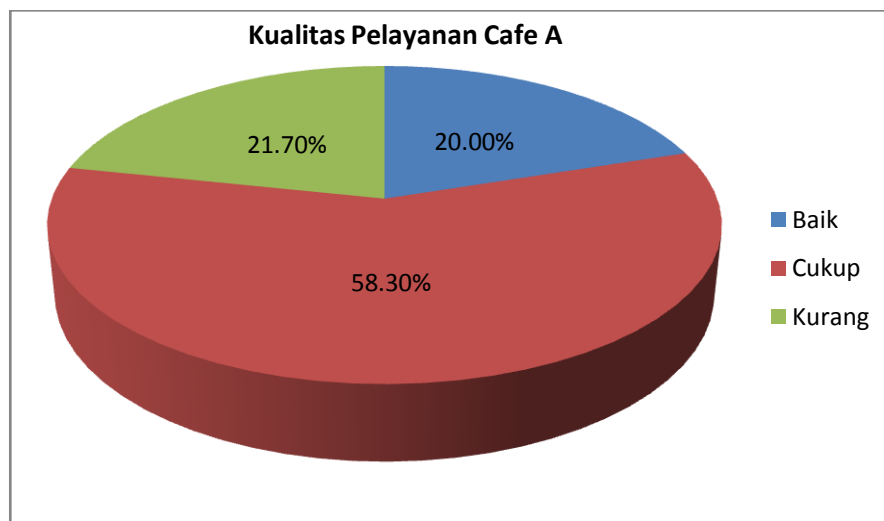
3 kelas yaitu baik, cukup dan kurang. Kecenderungan variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi tiga kelompok *café* yaitu *café chez moi pathsier and chocolatier* (*café* A) sebanyak 60 orang, *indiecology café* sebanyak 60 orang (*café* B) dan *pancake company café* (*café* C) sebanyak 61 orang. Berdasarkan perhitungan apat dibuat tabel kecenderungan kategori sebagai berikut:

Tabel 9. Kategori kualitas pelayanan *café* A di Dusun Sagan Sleman

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 46.33$	12	20,0%	Baik
2	$38.79 \leq x < 46.33$	35	58,3%	cukup
3	$X < 38.79$	13	21.7%	kurang
Total		60	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kualitas pelayanan di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 4. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Pelayanan *Café* A

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan kategori untuk variabel kualitas pelayanan *café* A pada kategori cukup sebanyak

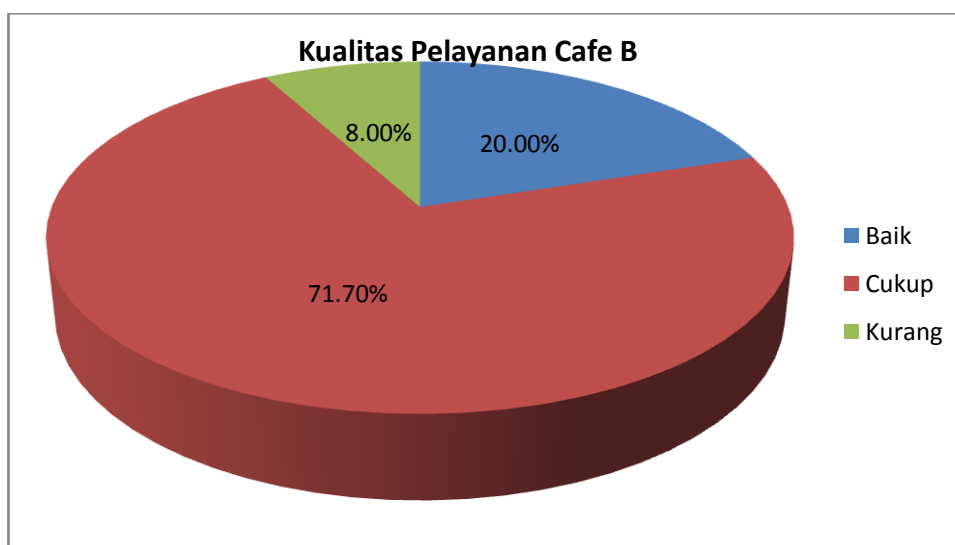
35 responden (58,3%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 12 responden (20,0%), sedangkan pada kategori kurang sebanyak 13 responden (21,7%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kualitas pelayanan pada *café A (chez mio pathsier and chocolatier)* di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori *café* yang baik didasarkan pada beberapa hal yakni, pelayan *café* yang ramah, tepat dan cepat, tempat yang bersih dan nyaman, akses transportasi yang mudah dijangkau, tersedianya fasilitas penunjang lain seperti *wifi* area, toilet dan tempat parkir yang memadai serta penerapan *service excellence*.

Tabel 10. Kategori kualitas pelayanan *café B* di Dusun Sagan Sleman

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 46.33$	12	20,0%	Baik
2	$38.79 \leq x < 46.33$	43	71,7%	cukup
3	$X < 38.79$	5	8,3%	kurang
Total		60	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kualitas pelayanan di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Pie Kecenderungan kualitas pelayanan *Café B*

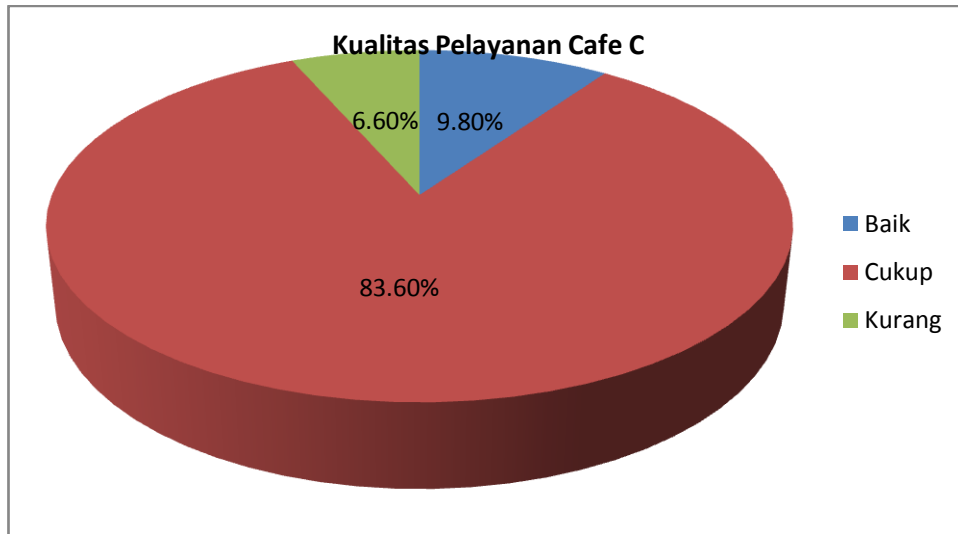
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan kategori untuk variabel kualitas pelayanan pada *café B (indiecology café)* dalam kategori cukup sebanyak 43 responden (71,7%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 12 responden (20,0%) dan kategori kurang sebanyak 5 responden (8,3%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kualitas pelayanan pada *café B (indiecology café)* di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori *café* yang baik didasarkan pada beberapa hal yakni, pelayan *café* yang ramah, tepat dan cepat, tempat yang bersih dan nyaman, akses transportasi yang mudah dijangkau, tersedianya fasilitas penunjang lain seperti *wifi* area, toilet dan tempat parkir yang memadai serta penerapan *service excellence*.

Tabel 11. Kategori kualitas pelayanan *café C* di Dusun Sagan Sleman

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 46.33$	16	26,7%	Baik
2	$38.79 \leq x < 46.33$	31	51,7%	cukup
3	$X < 38.79$	13	21,7%	kurang
Total		61	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kualitas pelayanan di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 6. Diagram Pie Kecenderungan kualitas pelayanan *Café C*

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan kategori untuk variabel kualitas pelayanan pada *café C (pancake company café)* dalam kategori cukup sebanyak 51 responden (83,6%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 6 responden (9,8%), sedangkan pada kategori kurang sebanyak 4 responden (6,6%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kualitas pelayanan pada *café C (Pancake Company Café)* di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori *café* yang baik didasarkan pada beberapa hal yakni, pelayan *café* yang ramah, tepat dan cepat, tempat yang bersih dan nyaman, akses transportasi yang mudah dijangkau, tersedianya fasilitas penunjang lain seperti *wifi* area, toilet dan tempat parkir yang memadai serta penerapan *service excellence*.

2. Data Kualitas Produk

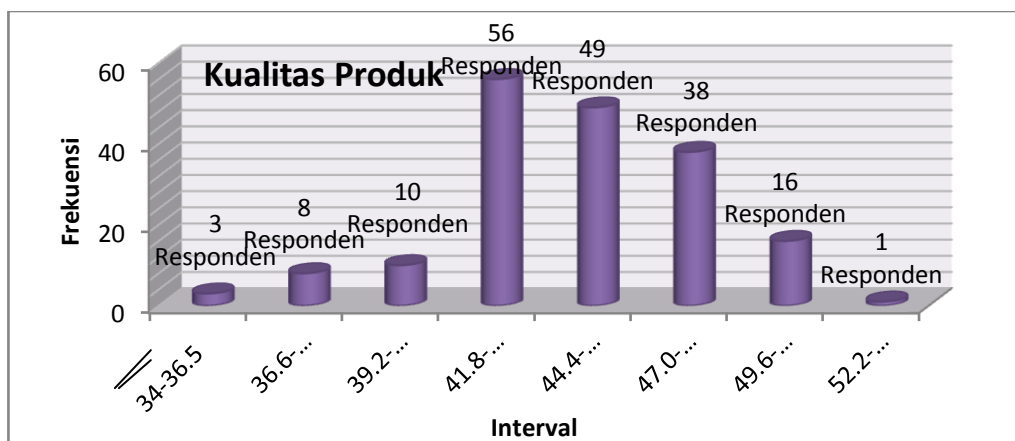
Data kualitas produk diperoleh melalui angket dengan 15 butir pernyataan dan jumlah responden 181 orang. Berdasarkan data yang diolah menggunakan program *SPSS*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 54, skor terendah sebesar 34 nilai mean 37,5 dan standart deviasi sebesar 7,5. Tabel distribusi kualitas produk disajikan sebagai berikut:

Tabel 12. Distribusi Kualitas Produk

No.	Interval	frekuensi	Persentase
1	52.2 - 54.7	1	0.55%
2	49.6 - 52.1	16	8.84%
3	47.0 - 49.5	38	20.99%
4	44.4 - 46.9	49	27.07%
5	41.8 - 44.3	56	30.94%
6	39.2 - 41.7	10	5.52%
7	36.6 - 39.1	8	4.42%
8	34.0 - 36.5	3	1.66%
Jumlah		181	100.00%

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel kualitas produk di atas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 7. Grafik Distribusi Kualitas Produk

Dari tabel dan grafik di atas, frekuensi variabel kualitas produk paling banyak berada pada interval 41,8-44,3 sebanyak 56 responden, sedangkan paling sedikit terdapat pada interval 52,5-54,7 sebanyak 1 responden. Sementara sisanya berada pada interval 34-36.5 sebanyak 3 responden, interval 36.6-39.1 sebanyak 8 responden, interval 39.2-41.7 sebanyak 10 responden, interval 44,4-46,9 sebanyak 49 responden, interval 47-49.5 sebanyak 38 responden, dan interval 49.6 – 52.1 sebanyak 16 responden.

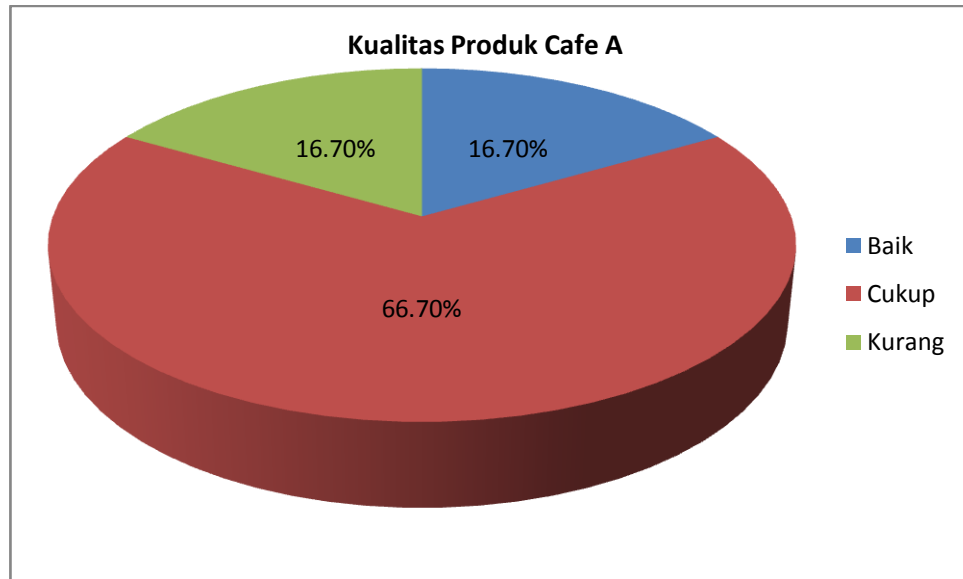
Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{max}) diketahui, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{max} + X_{min})$, mencari standar deviasi ideal (S_{Di}) dengan rumus $S_{Di} = \frac{1}{6} (X_{max} - X_{min})$. Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelas yaitu baik, cukup dan kurang. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel kecenderungan kategori variabel kualitas produk dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 13. Uji Kategori Kualitas Produk *Café A*

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 48.36$	10	16.7%	Baik
2	$41.68 \leq X < 48.35$	40	66.7%	cukup
3	$x < 41.68$	10	16.7%	kurang
Total		60	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel Kualitas Produk di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 8. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk *Café A*

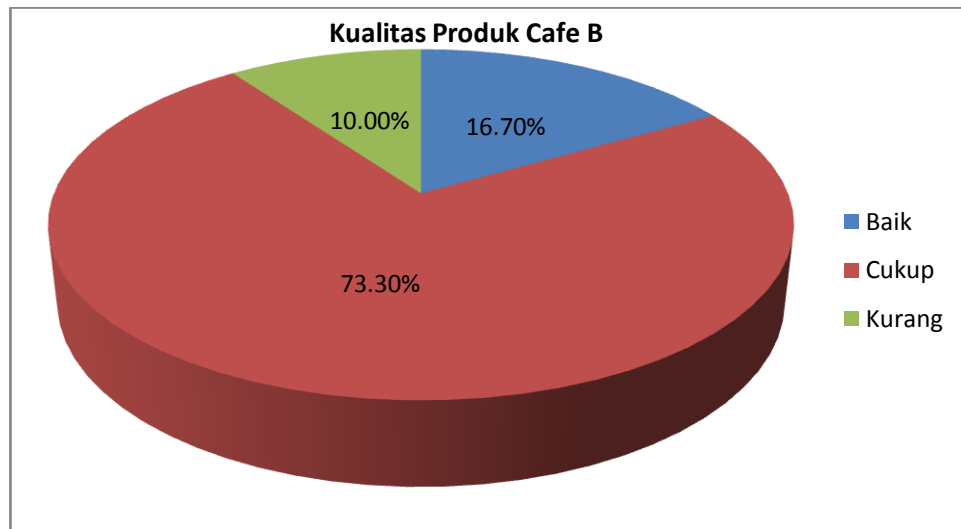
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kualitas produk pada *café A (indiecology café)* dalam kategori cukup sebanyak 40 responden (66,7%). Sementara dalam kategori baik dan kurang masing-masing sebanyak 10 responden (16,7%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kualitas produk pada *café A* di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori diperoleh dari pertanyaan angket yang sebagian besar responden memilih *café* yang mempunyai berbagai macam produk atau menu yang cukup enak serta lezat, memiliki cukup makanan khas atau produk makanan dan minuman unggulan tertentu.

Tabel 14. Uji Kategori Kualitas Produk *Café B*

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 48.36$	10	16.7%	Baik
2	$41.68 \leq X < 48.35$	44	73.3%	cukup
3	$x < 41.68$	6	10.0%	kurang
Total		60	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel Kualitas Produk *café B* di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 9. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk Café B

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kualitas produk pada *café B (indieology café)* dalam kategori cukup sebanyak 44 responden (73.3%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 10 responden (16.7%) dan kategori kurang sebanyak 6 responden (10.0%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kualitas produk pada *café B* di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori diperoleh dari pertanyaan angket yang

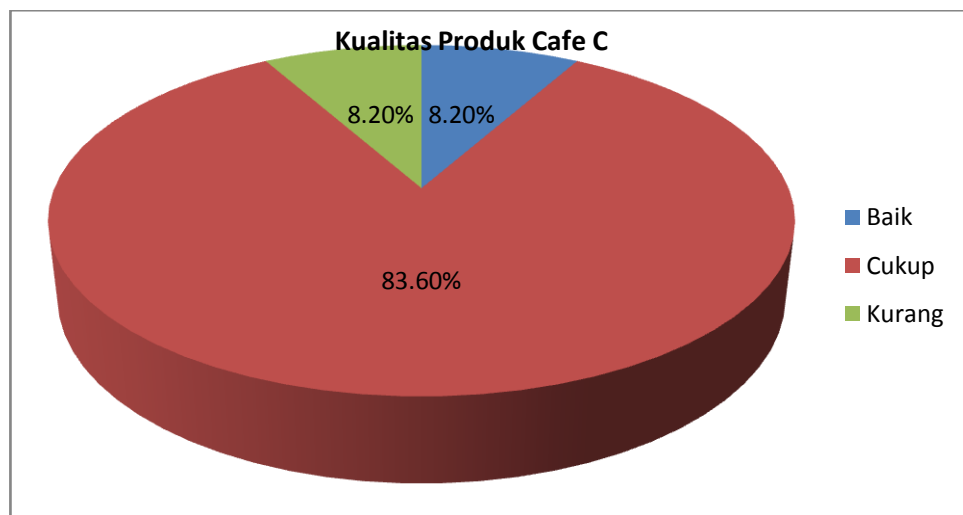
sebagian besar responden memilih *café* yang mempunyai berbagai macam produk atau menu yang cukup enak serta lezat, memiliki cukup makanan khas atau produk makanan dan minuman unggulan tertentu.

Tabel 15. Uji Kategori Kualitas Produk *Café C*

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 48.36$	5	8.2%	Baik
2	$41.68 \leq X < 48.35$	51	83.6%	cukup
3	$x < 41.68$	5	8.2%	kurang
Total		61	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kualitas produk *café C* di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 10. Diagram Pie Kecenderungan Kualitas Produk *Café C*

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kualitas produk pada *café C (indieology café)* dalam kategori cukup sebanyak 51 responden (83.6%). Sementara dalam kategori baik dan kurang masing-masing sebanyak 5 responden (8.2%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan

variabel kualitas produk pada *café* C di Dusun Sagan Sleman pada kategori cukup. Kategori diperoleh dari pertanyaan angket yang sebagian besar responden memilih *café* yang mempunyai berbagai macam produk atau menu yang cukup enak serta lezat, memiliki cukup makanan khas atau produk makanan dan minuman unggulan tertentu.

3. Data Kepuasan Konsumen

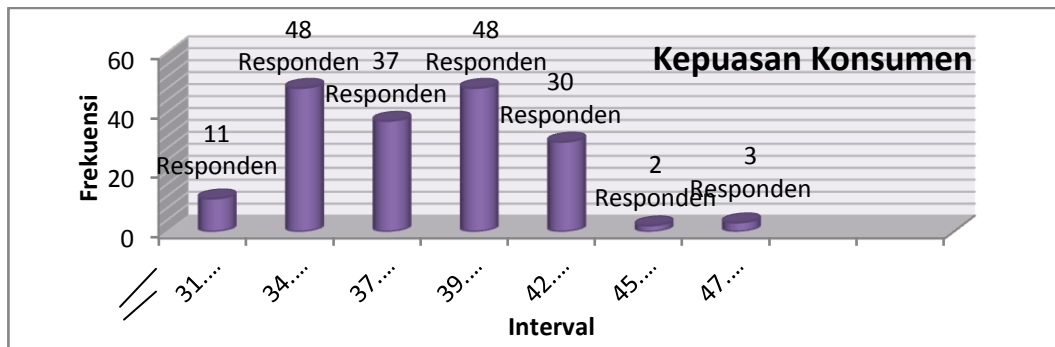
Data kepuasan konsumen diperoleh melalui angket dengan 13 butir pernyataan dan jumlah responden 181 orang. Berdasarkan data yang diolah menggunakan program *SPSS*, maka diperoleh skor tertinggi sebesar 54, skor terendah sebesar 34 nilai mean 32,5 dan standart deviasi sebesar 6,5. Tabel distribusi kepuasan konsumen disajikan sebagai berikut:

Tabel 16. Distribusi Kepuasan Konsumen

No.	Interval	frekuensi	Persentase
1	47.9 - 50.5	3	1.66%
2	45.2 - 47.8	2	1.10%
3	42.5 - 45.1	30	16.57%
4	39.8 - 42.4	48	26.52%
5	37.1 - 39.7	37	20.44%
6	34.4 - 37	48	26.52%
7	31.7 - 34.3	11	6.08%
8	29.0 - 31.6	2	1.10%
Jumlah		181	100.00%

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan distribusi frekuensi variabel kepuasan konsumen di atas dapat digambarkan diagram sebagai berikut:



Gambar 11. Grafik Distribusi Kepuasan Konsumen

Dari tabel dan grafik di atas, frekuensi variabel kepuasan konsumen paling banyak berada pada interval 34,4-37 dan 39,8-42,4 sebanyak 48 responden, sedangkan paling sedikit terdapat pada interval 45,2-47,8 sebanyak 2 responden. Sementara sisanya berada pada interval 31,7-34,3 sebanyak 11 responden, interval 37,1-39,7 sebanyak 37 responden, interval 42,5-45,1 sebanyak 30 responden, dan interval 47,9-50,5 sebanyak 3 responden.

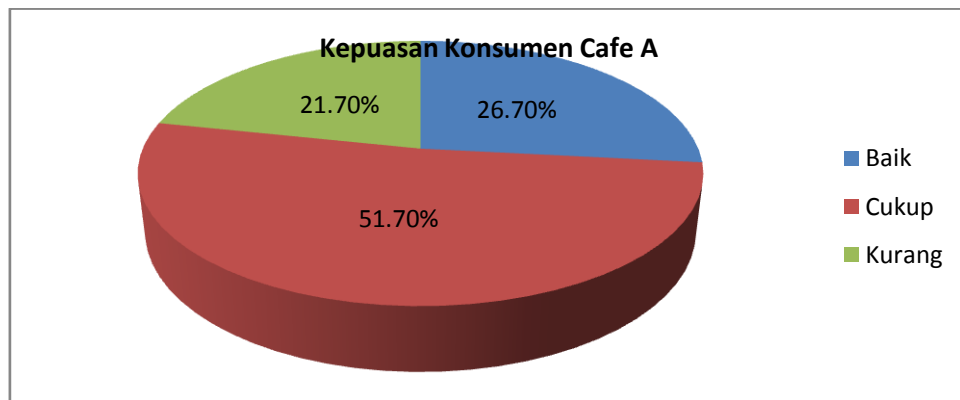
Penentuan kecenderungan variabel, setelah nilai minimum (X_{min}) dan nilai maksimum (X_{max}) diketahui, maka selanjutnya mencari nilai rata-rata ideal (M_i) dengan rumus $M_i = \frac{1}{2} (X_{max} + X_{min})$, mencari standar deviasi ideal (S_{Di}) dengan rumus $S_{Di} = \frac{1}{6} (X_{max} - X_{min})$. Dari perhitungan di atas dapat dikategorikan dalam 3 kelas yaitu baik, cukup dan kurang. Berdasarkan perhitungan tersebut dapat dibuat tabel kecenderungan kategori variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 17. Uji Kategori Kepuasan Konsumen Café A

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 42.85$	16	26.7%	Baik
2	$35.53 \leq X < 42.85$	31	51.7 %	cukup
3	$x < 35.53$	13	21.7%	kurang
Total		181	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kepuasan konsumen *café* A di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 12. Diagram Pie Kepuasan Konsumen *Café* A

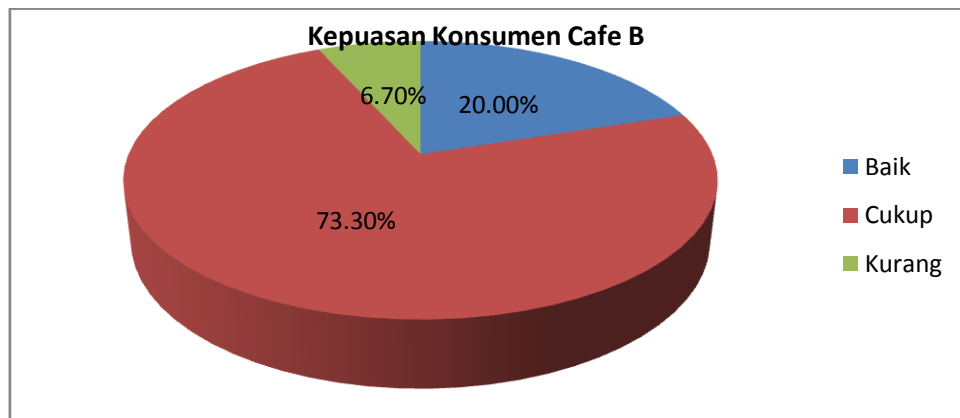
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* A dalam kategori cukup sebanyak 31 responden (51.7%), kemudian kategori baik sebanyak 18 responden (26.7%) dan kategori kurang sebanyak 13 responden (21.7%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* A di Dusun Sagan Sleman kategori cukup. Kategori yang diinginkan oleh konsumen meliputi, harga makanan yang terjangkau, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, makanan yang disajikan lezat dan menarik perhatian untuk datang kembali ke *café* tersebut.

Tabel 18. Uji Kategori Kepuasan Konsumen *Café* B

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 42.85$	12	20.0%	Baik
2	$35.53 \leq X < 42.85$	44	73.3%	cukup
3	$x < 35.53$	4	6.7%	kurang
Total		61	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kepuasan konsumen *café* B di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 13. Diagram Pie Kepuasan Konsumen *Café* B

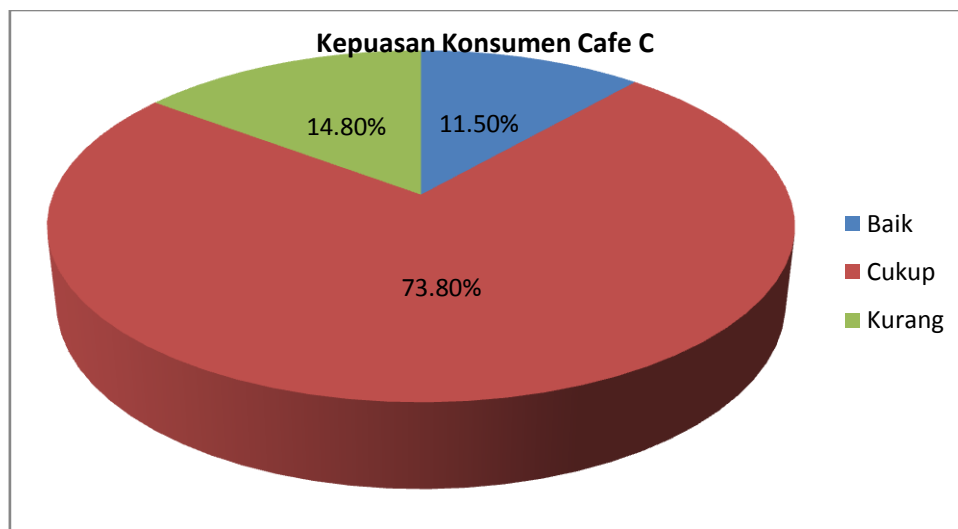
Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* B dalam kategori cukup sebanyak 44 responden (73.3%), kemudian kategori baik sebanyak 12 responden (20.0%) dan kategori kurang sebanyak 44 responden (6.7%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* B di Dusun Sagan Sleman kategori cukup. Kategori yang diinginkan oleh konsumen meliputi, harga makanan yang terjangkau, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, makanan yang disajikan lezat dan menarik perhatian untuk datang kembali ke *café* tersebut.

Tabel 19. Uji Kategori Kepuasan Konsumen *Café* C

No	Skor	Frekuensi		Kategori
		Frekuensi	Persentase %	
1	$X \geq 42.85$	7	11.5%	Baik
2	$35.53 \leq X < 42.85$	45	73.5 %	cukup
3	$x < 35.53$	9	14.8%	kurang
Total		61	100	

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan kecenderungan kategori variabel kepuasan konsumen *café* C di atas dapat digambarkan diagram pie sebagai berikut:



Gambar 14. Diagram Pie Kepuasan Konsumen *Café* C

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa mayoritas kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* C dalam kategori cukup sebanyak 45 responden (73.8%), kemudian kategori baik sebanyak 7 responden (11.5%) dan kategori kurang sebanyak 9 responden (14.8%). Dengan demikian dari hasil yang diperoleh dari tabel dan diagram di atas dapat dikatakan bahwa kecenderungan variabel kepuasan konsumen pada *café* C di Dusun Sagan Sleman kategori cukup. Kategori yang diinginkan oleh konsumen meliputi, harga makanan yang terjangkau, pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, makanan yang disajikan lezat dan menarik perhatian untuk datang kembali ke *café* tersebut.

B. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang dirumuskan. Oleh karena itu, jawaban sementara ini harus diuji kebenarannya secara empirik. Hasil analisis setelah dilakukan uji prasyarat analisis yang hasilnya variabel normal, linier dan tidak terjadi multikolinearitas, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis menggunakan korelasi *product moment*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis 1

Hipotesis pertama menyatakan bahwa "Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta". Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan analisis korelasi *product moment*. Dengan menggunakan taraf signifikansinya 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka signifikan, sebaliknya bila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak signifikan. Ringkasan hasil korelasi *product moment* dapat dilihat dalam tabel 21 berikut ini:

Tabel 20. Hasil Analisis Korelasi X_1 dengan Y

Variabel	r-hit	r-tab	sig
Kualitas pelayanan (X_1) dengan kepuasan konsumen (Y)	0,562	0,148	0,000

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan Tabel 17, maka dapat diketahui bahwa nilai r hitung sebesar 0,562 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis pertama dalam penelitian

ini **diterima**. Hasil analisis korelasi *product moment* menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

2. Uji Hipotesis 2

Hipotesis kedua menyatakan bahwa "Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta". Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis korelasi *product moment*. Dengan menggunakan taraf signifikansinya 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka signifikan, sebaliknya bila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka tidak signifikan. Ringkasan hasil korelasi *product moment* dapat dilihat dalam tabel 21:

Tabel 21. Hasil Analisis Korelasi X_2 dengan Y

Variabel	r-hit	r-tab	sig
Kualitas produk (X_2) dengan kepuasan konsumen (Y)	0,499	0,148	0,000

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan tabel 22, maka dapat diketahui bahwa nilai r hitung sebesar 0,499 dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**. Hasil analisis korelasi *product moment* menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

3. Uji Hipotesis 3

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini, dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi berganda. Hipotesis ini menyatakan bahwa "Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta".

Uji hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi berganda. Pembuktian hipotesis berdasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil penelitian dibandingkan dengan nilai taraf signifikansi 5%, apabila nilai signifikansi yang diperoleh dari penelitian kurang dari 0,05, maka hipotesis tersebut diterima, begitu pula sebaliknya. Rangkuman hasil analisis korelasi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 23:

Tabel 22. Hasil Analisis Korelasi Berganda

R hitung	R tabel	Sig	R ²
0,686	0,148	0,000	0,470

(Sumber: Hasil olah data, 2015)

Berdasarkan tabel 23, maka dapat diketahui hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta dengan nilai R hitung sebesar 0,686 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini **diterima**. Hasil analisis korelasi ini dapat diketahui terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk bersama-sama dengan kepuasan konsumen *cafe* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

Selain hasil analisis tersebut, dalam penelitian ini juga dapat ditemukan suatu analisis mengenai besarnya sumbangan efektif dari variabel dalam penelitian ini. Sumbangan efektif, yaitu sumbangan murni dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dan masih ada variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini yang juga menyumbang dalam mengukur kepuasan konsumen. Sementara sumbangan relatif, yaitu bagaimana sumbangan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan kontribusi kepada kepuasan konsumen, tanpa mempertimbangkan variabel lain. Berikut ini tabel hasil sumbangan efektif dan sumbangan relatif dalam penelitian ini.

Tabel 23. Hasil Uji Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

Variabel	Kontribusi	
	Efektif	Relatif
Kualitas Pelayanan	27,0%	57,4%%
Kualitas Produk	20,0%	42,6%
Total	47,0%	100.00%

(Sumber: Hasil olah Data, 2015)

Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya bobot sumbangan efektif untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 27,0% dan kualitas produk sebesar 20,0%. Hal ini berarti dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 47,0%, sedangkan 53,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini misalnya promosi, iklan, *image*, *branding* dan *owner*. Menurut Lupyoadi (2001: 43) faktor-faktor yang menentukan kepuasan konsumen selain kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah emosi, harga, dan biaya. Dengan demikian

untuk memberikan kepuasan kepada konsumen kualitas pelayanan dan kualitas produk perlu diperhatikan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas Pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta terbagi menjadi tiga *café* yaitu yaitu *café chez moi pathsier and chocolatier* (*café* A) sebanyak 60 orang, *indiecology café* sebanyak 60 orang (*café* B) dan *pancake company café* (*café* C) sebanyak 61 orang. Hasil temuan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *café* A sebagian besar pada kategori cukup sebanyak 35 responden (58,3%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 12 responden (20,0%), sedangkan pada kategori kurang sebanyak 13 responden (21,7%).

Kualitas pelayanan pada *café* B (*indiecology café*) sebagian besar dalam kategori cukup sebanyak 43 responden (71,7%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 12 responden (20,0%) dan kategori kurang sebanyak 5 responden (8,3%). Selanjutnya kualitas pelayanan pada *café* C (*pancake company café*) dalam kategori cukup sebanyak 51 responden (83,6%). Sementara dalam kategori baik sebanyak 6 responden (9,8%), sedangkan pada kategori kurang sebanyak 4 responden (6,6%). Hal ini berarti pelayanan yang dilakukan pihak *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sesuai harapan konsumen, sehingga konsumen mempersepsikan kualitas pelayanan yang diberikan cukup baik dan berkualitas.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haerul Isra Harun (2010) yang menyimpulkan bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada mahasiswa pengguna *game pointblank* pada kategori sedang sebanyak 65%, sementara dalam kategori tinggi sebanyak 20% dan kategori rendah sebanyak 15%.

Kualitas pelayanan sangat penting bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka keberadaan suatu perusahaan akan dapat berlangsung lama. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Kualitas Produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta terbagi menjadi tiga kelompok yaitu yaitu *café chez moi pathsier and chocolatier* (*café* A) sebanyak 60 orang, *indiecology café* sebanyak 60 orang (*café* B) dan *pancake company café* (*café* C) sebanyak 61 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk pada *café* A (*indiecology café*) sebagian besar dalam kategori cukup sebanyak 40 responden (66,7%). Sementara dalam kategori baik dan kurang masing-masing sebanyak 10 responden (16,7%). Kualitas produk pada *café* B (*indiecology café*) mayoritas juga dalam kategori cukup sebanyak 44 responden (73.3%). Sementara dalam

kategori baik sebanyak 10 responden (16.7%) dan kategori kurang sebanyak 6 responden (10.0%). Kemudian kualitas produk pada *café C (indiecolology café)* juga sebagian besar dalam kategori cukup sebanyak 51 responden (83.6%). Sementara dalam kategori baik dan kurang masing-masing sebanyak 5 responden (8.2%).

Kualitas produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Menurut Bartono (2005: 43), terdapat empat indikator kualitas makanan yaitu: porsi yang baik dan tepat dengan standar porsi penyajian, dan rasa yang lezat karena tepat dengan standar porsi penyajian. Pada produk makanan di *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta harus memperhatikan porsi makanan yang dijual sudah ditetapkan standarnya.

Selain itu, perusahaan yang bergerak dibidang kuliner juga perlu memperhatikan bumbu-bumbu harus tepat takarannya dan harmonis, bahan berkualitas baik, bukan barang yang rusak atau hampir rusak, menggunakan metode memasak yang sesuai dengan yang seharusnya dilakukan dan penyajian harus tepat, misalnya harus panas sekali, hangat, atau dingin atau sangat dingin. Dengan memperhatikan kualitas makanan, maka akan banyak konsumen yang loyal pada perusahaan makanan tersebut.

3. Kepuasan Konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta terbagi menjadi tiga kelompok yaitu yaitu *café chez moi pathsier and chocolatier* (*café A*) sebanyak 60 orang, *indiecolology café* sebanyak 60 orang (*café B*) dan *pancake company café* (*café C*) sebanyak 61

orang. Hasil temuan menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada café A sebagian besar dalam kategori cukup sebanyak 31 responden (51.7%), kemudian kategori baik sebanyak 18 responden (26.7%) dan kategori kurang sebanyak 13 responden (21.7%). Kepuasan konsumen pada café B mayoritas dalam kategori cukup sebanyak 44 responden (73.3%), kemudian kategori baik sebanyak 12 responden (20.0%) dan kategori kurang sebanyak 44 responden (6.7%). Sementara kepuasan konsumen pada café C juga sebagian besar dalam kategori cukup sebanyak 45 responden (73.8%), kemudian kategori baik sebanyak 7 responden (11.5%) dan kategori kurang sebanyak 9 responden (14.8%). Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Camelia Hanifah Amalina (2010) bahwa sebagian besar kepuasan konsumen dalam kategori sedang (55,71%), sementara kategori tinggi sebanyak 44,29% dan kategori rendah tidak ada.

Kepuasan konsumen mempengaruhi niat untuk membeli lagi dimana ketidakpuasan terlihat sebagai alasan untuk penghentian pembelian di masa mendatang. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan. Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Umar (2002: 15) bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdiri dari kepuasan fungsional dan kepuasan psikologika. Kepuasan fungsional seperti mutu produk, ketersediaan produk, efisiensi produk, dan keterjangkauan harga. Sementara kepuasan psikologika seperti harapan konsumen dan perasaan konsumen setelah memakai produk.

Ketidakpuasan muncul ketika harapan para pembeli ternyata tidak cocok atau negative. Konsumen yang merasa tidak puas terhadap produk atau

pelayanan cenderung tidak akan melakukan pembelian ulang dan bahkan dapat mengancam langsung kepada produsen, pengecer serta menceritakan keadaan konsumen lainnya tentang pengalaman yang tidak enak yang dialaminya. Tindakan atau perilaku ketidakpuasaan yang biasa dilakukan oleh konsumen yaitu, mendiamkan saja dan melakukan komplain. Dengan demikian, diharapkan pihak produsen dapat memperhatikan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,562 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kualitas pelayanan memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 27,0%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aprillia Nia Fardiani (2013) dan Nur Wulandari (2013). Hasil penelitian tersebut juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti kualitas pelayanan sangat penting dalam mendukung kepuasan pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, maka konsumen akan semakin merasa puas. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haerul Isra Harun (2010) yang juga membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Jika pelayanan yang dilakukan pihak *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan mempersepsikan kualitas pelayanan yang diberikan sangat baik dan berkualitas.

Sebaliknya, jika pelayanan yang dilakukan pihak *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan konsumen, maka konsumen akan mempersepsikan kualitas pelayanan yang diberikan sangat buruk. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Scherkenbach (1991: 78) bahwa "kualitas ditentukan oleh pelanggan, pelanggan menginginkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada suatu tingkat harga tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut".

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pihak *café*, maka semakin baik kepuasan konsumen.

5. Hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,499 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kualitas produk memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 20,0%. Mayoritas kecenderungan variabel kualitas produk pada kategori cukup.

Hasil penelitian ini menguatkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Wulandari (2013) dengan judul "Analisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Kopikita Semarang". Dalam penelitian ini variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,324, sehingga hasil penelitian tersebut menyimpulkan

bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam bidang jasa karena mutu produk atau jasa dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler (2008: 269) bahwa kualitas dan peningkatan produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Kualitas produk dapat menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pemilik usaha Cafe harus dapat menjaga kualitas produk dengan menciptakan sesuatu yang baru seperti rasa yang lezat, penyajian yang menarik dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen agar keputusan pembelian mereka dapat terjadi secara berkesinambungan. Dengan menciptakan kualitas produk yang bermutu, maka keberlangsungan usaha tetap terjamin.

Dengan demikian, kualitas produk berhubungan dengan kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang dihasilkan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, maka semakin baik pula kepuasan konsumen.

6. Hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai R hitung sebesar 0,686 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan

sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 47,0%, sedangkan 53,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Dengan demikian untuk memberikan kepuasan kepada konsumen kualitas pelayanan dan kualitas produk perlu diperhatikan.

Pentingnya kualitas pelayanan dan kualitas produk dalam mendukung kepuasan konsumen juga dikuatkan dengan pendapat Kotler (2008: 269) bahwa kualitas dan peningkatan produk merupakan bagian yang penting dalam strategi pemasaran. Apabila perusahaan hanya memfokuskan diri pada produk perusahaan akan membuat perusahaan kurang memperhatikan faktor lainnya dalam pemasaran. Faktor lain seperti pelayanan yang menyertai penjualan produk adalah faktor yang melekat pada produk dan biasanya diperhatikan konsumen untuk dipertimbangkan sebelum membeli produk.

Hasil penelitian ini juga menguatkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Wulandari (2013) dengan judul "Analisis pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Kopikita Semarang". Dalam penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dihasilkan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta, maka semakin baik pula kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup.
2. Kualitas produk *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup.
3. Kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta sebagian besar dalam kategori cukup.
4. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,562 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kualitas pelayanan memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 27,0%.
5. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung sebesar 0,499 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Kualitas produk memberikan sumbangan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 20,0%.
6. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan produk secara bersama-sama dengan kepuasan konsumen *café* di Dusun Sagan Sleman Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai R hitung sebesar 0,686 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Variabel kualitas

pelayanan dan kualitas produk memberikan sumbangan hubungan kepada variabel kepuasan konsumen sebesar 47,0%, sedangkan 53,0% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

B. Implikasi

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dan kesimpulan yang diambil dalam penelitian ini, maka implikasi yang dapat dikemukakan yaitu terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan produk dengan kepuasan konsumen. Hal ini dapat memberikan implikasi bahwa dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik, maka dapat semakin baik pula kepuasan konsumen.

C. Saran

Berdasarkan pembahasan, kesimpulan, di atas maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Hendaknya pihak *café* dapat menjaga kualitas pelayanan dan produk secara berkesinambungan seperti memberikan senyum sapa dengan keramahan dan produk makanan yang bervariasi dengan cita rasa yang lezat dan sehat.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih mendalam tentang variabel yang berhubungan dengan kepuasan konsumen misalnya dikaitkan dengan faktor promosi, faktor harga, faktor strategi, sehingga dapat menyempurnakan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bartono. (2005). "*Analisis Food Product Study Food Cost dan Pedoman Training*". Yogyakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono. (2008). *Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Offset.
- <file:/list%20Daftar%20Pustaka/Pengertian%20dan%20Pengukuran%20Kepuasan%20Konsumen.htm> diakses tanggal 21 Juni 2013 Pukul 21.30 WIB.
- Garvin dan Darvis (1994). *Managing and Management Quality*. New York : The Free Press.
- http://carapedia.com/pengertian_definisi_konsumen_info2078.html diakses tanggal 20 Juni 2013 pukul 21.00 WIB
- <http://koleksi.org/tips/pengertian-pelayanan-makanan> diakses tanggal 20 Juni 2013 Pukul 21.00 WIB
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi Bahasa Indonesia dari Marketing Manajemen, Thirteenth Edition) Diterjemahkan oleh: Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marsi Singarimbun (1998). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Marsum, WA. (1999). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Yogyakarta: Andi Offset
- Oka A. Yoeti. (1999). *Hotel Marketing*. Jakarta: PT. Pertja.
- Poerwodarminto, W. (1984). *Kamus Umum Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: DN Balai Pustaka.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasran jasa, Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Scherkenbach. (1991). *Quality control; Industrial productivity*; SPC Press.Knoxville, Tenn.

- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2006). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sumanto. (1995). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sunyoto, Danang. (2013). *Teori, Kuesioner dan Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supramono dan Sugiarto.(1993). *Statistika*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutriso Hadi. (2004). *Statistik Jilid II*. Yogyakarta : UGM.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. (2005). *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Bayumedia
- Umar Husein. (2002). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia
- Undang - Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) No. 8 Tahun 1999.
- UNY, T. T. (2013). *Pedoman Penyusunan Tugas Akhir Skripsi*. Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Yogyakarta.
- Yamit, Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

LAMPIRAN I

Instrumen Penelitian

Tabel Krejcie and Morgan

N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1,200	291
15	14	230	144	1,300	297
20	19	240	148	1,400	302
25	24	250	152	1,500	306
30	28	260	155	1,600	310
35	32	270	159	1,700	313
40	36	280	162	1,800	317
45	40	290	165	1,900	320
50	44	300	169	2,000	322
55	48	320	175	2,200	327
60	52	340	181	2,400	331
65	56	360	186	2,600	335
70	59	380	191	2,800	338
75	63	400	196	3,000	341
80	66	420	201	3,500	346
85	70	440	205	4,000	351
90	73	460	210	4,500	354
95	76	480	214	5,000	357
100	80	500	217	6,000	361
110	86	550	226	7,000	364
120	92	600	234	8,000	367
130	97	650	242	9,000	368
140	103	700	248	10,000	370
150	108	750	254	15,000	375
160	113	800	260	20,000	377
170	118	850	265	30,000	379
180	123	900	269	40,000	380
190	127	950	274	50,000	381
200	132	1,000	278	75,000	382
210	136	1,100	285	100,000	384

Keterangan :

N = Populasi

S = Sampel

Dari tabel Krejcie and Morgan di atas, terlihat bahwa semakin kecil jumlah populasi, semakin besar sampel yang harus diambil dari populasi tersebut. Semakin besar jumlah populasi, semakin kecil jumlah sampel yang harus diambil dari populasi tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi yang peneliti ambil sebanyak 330 populasi sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 181 responden.

SURAT KETERANGAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes.

NIP : 19600625 198601 2 001

Jabatan : Dosen Pendidikan Teknik Boga

Fakultas : Teknik

Setelah mencermati, menelaah, memperhatikan dan menganalisis kelayakan instrumen yang dibuat oleh :

Nama : Camelia Nucivera Edyus

NIM : 09511244027

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan ini menyatakan, ditandai dengan (V)

() Belum Valid

() Sudah Valid dengan catatan

() Sudah Valid

Catatan :

.....
Sudah bisa dipergunakan untuk
tray. ant., setelah koreksi tulisan
.....

Yogyakarta, 10 Desember 2014

Validator,



Dr. Badraningsih Lastariwati, M.Kes.

NIP. 19600625 198601 2 001

SURAT KETERANGAN VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama :Dewi Eka Murniati, S.E.
NIP :19810506 200604 2 002
Jabatan : Dosen Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik

Setelah mencermati, menelaah, memperhatikan dan menganalisis kelayakan instrumen yang dibuat oleh :

Nama : Camelia Nucivera Edyus
NIM : 09511244027
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta

Dengan ini menyatakan,ditandai dengan (V)

- () Belum Valid
- () Sudah Valid dengan catatan
- (✓) Sudah Valid

Catatan :

.....
.....
.....
.....
.....

Yogyakarta, Desember 2014

Validator,



Dewi Eka Murniati, S.E.

NIP. 19810506 200604 2 002

KUESIONER

Bersama ini kami meminta kesediaan saudara untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan studi ini. Atas bantuan, perhatian saudara, kami ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Jenis kelamin : L / P

Pekerjaan : Mahasiswa / Pelajar / Karyawan / lainnya

Umur : > 17th / >25th / >30th

PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini terdapat untuk mengetahui pendapat saudara tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk makanan dan kepuasan konsumen pada *cafe* di lingkungan Dusun Sagan. Berilah tanda centang (√) pada kolom Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS) yang paling sesuai dengan keadaan saudara.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
-	Café yang ada di Dusun Sagan :				
1	Kebersihan ruangnya terpelihara dengan baik.				
2	Penampilan pramusajinya rapi dan bersih.				
3	Lokasi parkir dan fasilitas pendukung lainnya (<i>toilet</i> , mushola, tempat cuci tangan, dll) yang ada luas dan lengkap.				
4	Pelayanan yang pramusaji berikan cepat.				
5	Semua karyawannya sangat ramah.				
6	Pramusaji membersihkan meja setiap kali akan digunakan oleh konsumen.				
7	Pramusaji memberikan daftar menu sesaat setelah saya duduk.				
8	Pramusaji bersedia membantu konsumen apabila ada pesanan tambahan.				
9	Semua karyawan mampu dalam memberikan informasi yang diinginkan konsumen dengan jelas.				
10	Karyawan terlatih di bidang pekerjaannya.				
11	Semua karyawan yang ada bersahabat dengan konsumen.				
12	Pramusaji mempersilahkan memilih tempat sesuai dengan keinginan pelanggan.				
13	Semua karyawan yang ada memberikan perhatian penuh kepada pelanggan.				
14	Karyawan melayani pelanggan dengan baik.				
15	Porsi makanan yang disajikan pas/sesuai.				
16	Menawarkan beberapa paket pilihan menu makanan.				
NO.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
17	Memberikan porsi sesuai standar pesanan (kuantitas sama).				
18	Memiliki ciri khas dalam menyajikan variasi makanannya.				

19	Rasa makanannya enak dan lezat.				
20	Rasa makanan yang disajikan selalu sama (konstan).				
21	Variasi makanan disajikan dengan baik.				
22	Penampilan penyajian makanannya menarik.				
23	<i>Garnish</i> yang diberikan pada hidangan makanan menarik dan dapat dimakan.				
24	Kebersihan makanan yang disajikan sampai kepada pelanggan terjaga dengan baik.				
25	Bahan makanan yang digunakan segar.				
26	Peralatan makan yang digunakan selalu dalam keadaan bersih.				
27	Pelayanan saat menyajikan pesanan pelanggan tepat waktu.				
28	Penyajian hidangan cepat dan tepat sesuai jenis menu (sup tidak menjadi dingin, <i>ice cream</i> tidak mencair, dsb).				
29	Karyawan mengutamakan pelayanan yang cepat.				
-	Menurut saya <i>café</i> di Dusun Sagan :				
30	Menu yang dijual selalu menarik perhatian.				
31	Makanan yang dijual rasanya lezat.				
32	Makanan yang dijual selalu lengkap variasinya				
33	Menu makanan yang dijual disediakan dalam jumlah yang banyak, dan tidak khawatir habis (<i>sold out</i>).				
34	Semua makanan yang disajikan termasuk garnish dapat dimakan.				
35	Makanan yang disajikan seimbang dengan peralatan makannya.				
36	Harga menu makanan ditampilkan di buku menu.				
37	Harga menu makanan yang ditawarkan terjangkau.				
38	Harga makanan sesuai dengan kualitas makanannya.				
39	Pelayanan yang diberikan sesuai harapan.				
40	Kualitas makanan yang dijual sesuai harapan.				
41	Kualitas pelayanannya baik dan selalu ingin saya kunjungi.				
42	Kualitas makanannya baik dan menjadi tempat favorit untuk dikunjungi.				

----- TERIMAKASIH -----

LAMPIRAN II

Uji Kualitas Instrumen

DATA UJI INSTRUMEN

RES	SKOR KUALITAS PELAYANAN															JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
2	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	4	52
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	56
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	52
5	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
6	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	4	2	3	48
7	4	4	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	48
8	4	4	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	2	4	50
9	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	43
10	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	44
11	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	39
12	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
13	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	44
14	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	53
15	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	43
16	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	52
17	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	52
18	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	56
19	3	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	46
20	2	3	1	2	3	2	4	4	2	2	3	3	1	3	3	38
21	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	51
22	4	3	2	2	3	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	48
23	3	3	2	3	2	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	37
24	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	40
25	3	3	3	4	2	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	43
26	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	41
27	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	47
28	3	3	2	3	3	2	4	4	2	2	3	3	2	2	3	41
29	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	44
30	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	39

RES	SKOR KUALITAS PRODUK															JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	39
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
3	2	3	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	35
4	1	1	1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	34
5	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	35
6	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	40
7	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	37
8	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	48
9	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	38
10	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
11	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	41
12	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	47
13	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	47
14	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	43
15	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	42
16	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	40
17	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	42
18	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	42
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	46
21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
22	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
23	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	44
24	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	49
25	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	44
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	45
27	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	50
28	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	54
29	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	52
30	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	48

RES	SKOR KEPUASAN KONSUMEN															JML
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	2	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	50
2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	49
4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	48
5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	49
6	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	49
7	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	43
8	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
9	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	52
10	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
11	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
12	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	42
13	2	4	4	2	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	48
14	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	43
15	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	46
16	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	51
17	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	48
18	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	43
19	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	46
20	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	48
21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	43
22	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	53
23	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
24	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	38
25	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	1	2	1	2	2	32
26	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	38
27	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	38
28	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	44
29	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	37
30	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44

HASIL UJI COBA INSTRUMEN
Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir_1	42.5667	25.702	.474	.821
Butir_2	42.6000	25.145	.688	.812
Butir_3	43.2667	22.685	.556	.816
Butir_4	42.7333	24.892	.562	.815
Butir_5	42.9000	25.472	.517	.819
Butir_6	43.0000	23.655	.506	.819
Butir_7	42.9000	24.024	.418	.828
Butir_8	42.5667	26.530	.379	.826
Butir_9	42.9000	25.403	.530	.818
Butir_10	43.0667	25.720	.526	.819
Butir_11	42.8667	25.499	.483	.820
Butir_12	42.7333	25.720	.556	.818
Butir_13	43.0667	26.409	.174	.845
Butir_14	43.1000	26.300	.386	.826
Butir_15	42.8000	26.166	.436	.823

Variabel Kualitas Produk

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir_1	40.7000	20.838	.511	.850
Butir_2	40.6000	19.834	.453	.859
Butir_3	40.6667	18.989	.686	.839
Butir_4	40.8000	19.959	.658	.842
Butir_5	40.4667	20.947	.489	.852
Butir_6	40.6667	22.092	.394	.856
Butir_7	40.4333	21.771	.625	.849
Butir_8	40.4000	21.421	.637	.847
Butir_9	40.2667	21.030	.629	.845
Butir_10	40.2667	22.340	.402	.856
Butir_11	40.2333	22.254	.509	.853
Butir_12	40.3000	21.390	.378	.858
Butir_13	40.5333	21.292	.502	.851
Butir_14	40.3000	21.459	.477	.852
Butir_15	40.5000	21.569	.403	.856

Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir_1	42.1667	25.661	.139	.881
Butir_2	41.8667	22.257	.749	.852
Butir_3	41.9333	22.202	.737	.852
Butir_4	42.0000	26.138	.061	.884
Butir_5	41.9667	21.895	.628	.858
Butir_6	42.5000	22.534	.461	.870
Butir_7	41.7333	23.926	.493	.865
Butir_8	41.8000	24.441	.509	.865
Butir_9	41.7667	24.116	.560	.863
Butir_10	41.9667	23.551	.512	.864
Butir_11	42.1667	22.764	.605	.859
Butir_12	42.1333	23.844	.709	.859
Butir_13	42.3000	22.562	.702	.855
Butir_14	42.1000	24.369	.500	.865
Butir_15	42.0667	23.030	.647	.858

LAMPIRAN III

Hasil Penelitian

HASIL UJI DESKRIPTIF

Frequencies

Statistics

		Kualitas_ Pelayanan	Kualitas_ Produk	Kepuasan_ Konsumen
N	Valid	181	181	181
	Missing	0	0	0
Mean		42.5635	45.0276	39.1934
Median		42.0000	45.0000	39.0000
Mode		43.00	46.00	40.00
Std. Deviation		3.77751	3.34237	3.66078
Minimum		32.00	34.00	29.00
Maximum		51.00	54.00	50.00
Sum		7704.00	8150.00	7094.00

Rumus Kategorisasi

Kualitas Pelayanan				
Mean (M)	=	42.56		
Standar deviasi (SD)	=	3.77		
Baik	:	$X \geq M + SD$		
Cukup	:	$M - SD \leq X < M + SD$		
Kurang	:	$X < M - SD$		
Kategori		Skor		
Baik	:	X	\geq	46.33
Cukup	:	38.79	\leq	X < 46.33
Kurang	:	X	$<$	38.79

Kualitas Produk

Mean (M) = 45.02

Standar deviasi (SD) = 3.34

Baik : $X \geq M + SD$

Cukup : $M - SD \leq X < M + SD$

Kurang : $X < M - SD$

Kategori	Skor			
Baik	: X	\geq	48.36	
Cukup	: 41.68	\leq	X	< 48.36
Kurang	: X	<	41.68	

Kepuasan Konsumen

Mean (M) = 39.19

Standar deviasi (SD) = 3.66

Baik : $X \geq M + SD$

Cukup : $M - SD \leq X < M + SD$

Kurang : $X < M - SD$

Kategori	Skor			
Baik	: X	\geq	42.85	
Cukup	: 35.53	\leq	X	< 42.85
Kurang	: X	<	35.53	

Kelompok A (Chez Moi Pathsier and Chocolatier)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
1	45	Cukup	52	Baik	46	Baik
2	50	Baik	50	Baik	50	Baik
3	51	Baik	48	Cukup	42	Cukup
4	48	Baik	45	Cukup	40	Cukup
5	43	Cukup	46	Cukup	42	Cukup
6	44	Cukup	47	Cukup	42	Cukup
7	39	Cukup	43	Cukup	35	Kurang
8	32	Kurang	37	Kurang	29	Kurang
9	43	Cukup	42	Cukup	45	Baik
10	43	Cukup	46	Cukup	36	Cukup
11	42	Cukup	46	Cukup	37	Cukup
12	41	Cukup	34	Kurang	36	Cukup
13	45	Cukup	51	Baik	44	Baik
14	34	Kurang	42	Cukup	29	Kurang
15	40	Cukup	44	Cukup	40	Cukup
16	48	Baik	47	Cukup	46	Baik
17	48	Baik	48	Cukup	42	Cukup
18	43	Cukup	46	Cukup	37	Cukup
19	43	Cukup	44	Cukup	40	Cukup
20	33	Kurang	49	Baik	43	Baik
21	49	Baik	41	Kurang	37	Cukup
22	46	Cukup	44	Cukup	45	Baik
23	40	Cukup	44	Cukup	39	Cukup
24	42	Cukup	42	Cukup	36	Cukup
25	38	Kurang	44	Cukup	35	Kurang
26	39	Cukup	35	Kurang	33	Kurang
27	35	Kurang	35	Kurang	33	Kurang
28	40	Cukup	46	Cukup	38	Cukup
29	40	Cukup	44	Cukup	36	Cukup
30	37	Kurang	40	Kurang	33	Kurang
31	50	Baik	42	Cukup	48	Baik
32	38	Kurang	47	Cukup	42	Cukup
33	42	Cukup	50	Baik	42	Cukup
34	44	Cukup	44	Cukup	42	Cukup
35	47	Baik	47	Cukup	45	Baik
36	38	Kurang	42	Cukup	33	Kurang
37	37	Kurang	39	Kurang	32	Kurang

Kelompok A (Chez Moi Pathsier and Chocolatier)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
38	45	Cukup	49	Baik	45	Baik
39	39	Cukup	44	Cukup	35	Kurang
40	40	Cukup	46	Cukup	37	Cukup
41	42	Cukup	46	Cukup	37	Cukup
42	50	Baik	44	Cukup	45	Baik
43	34	Kurang	41	Kurang	32	Kurang
44	46	Cukup	46	Cukup	40	Cukup
45	47	Baik	48	Cukup	45	Baik
46	43	Cukup	52	Baik	43	Baik
47	40	Cukup	48	Cukup	37	Cukup
48	47	Baik	45	Cukup	40	Cukup
49	46	Cukup	50	Baik	45	Baik
50	43	Cukup	41	Kurang	36	Cukup
51	44	Cukup	50	Baik	48	Baik
52	42	Cukup	50	Baik	39	Cukup
53	43	Cukup	43	Cukup	36	Cukup
54	32	Kurang	45	Cukup	32	Kurang
55	47	Baik	42	Cukup	36	Cukup
56	43	Cukup	41	Kurang	36	Cukup
57	37	Kurang	43	Cukup	40	Cukup
58	33	Kurang	47	Cukup	34	Kurang
59	41	Cukup	46	Cukup	41	Cukup
60	42	Cukup	44	Cukup	43	Baik

Kelompok B (Indieology Café)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
61	42	Cukup	48	Cukup	43	Baik
62	49	Baik	46	Cukup	44	Baik
63	49	Baik	49	Baik	44	Baik
64	49	Baik	46	Cukup	45	Baik
65	43	Cukup	45	Cukup	40	Cukup
66	42	Cukup	49	Baik	39	Cukup
67	50	Baik	50	Baik	44	Baik
68	40	Cukup	44	Cukup	38	Cukup
69	39	Cukup	42	Cukup	34	Kurang
70	41	Cukup	43	Cukup	37	Cukup
71	43	Cukup	50	Baik	45	Baik
72	40	Cukup	47	Cukup	37	Cukup
73	39	Cukup	45	Cukup	37	Cukup
74	47	Baik	46	Cukup	42	Cukup
75	43	Cukup	48	Cukup	43	Baik
76	38	Kurang	47	Cukup	37	Cukup
77	47	Baik	44	Cukup	39	Cukup
78	44	Cukup	46	Cukup	44	Baik
79	45	Cukup	37	Kurang	37	Cukup
80	43	Cukup	54	Baik	44	Baik
81	49	Baik	46	Cukup	41	Cukup
82	44	Cukup	46	Cukup	40	Cukup
83	46	Cukup	42	Cukup	36	Cukup
84	44	Cukup	44	Cukup	36	Cukup
85	42	Cukup	45	Cukup	36	Cukup
86	41	Cukup	42	Cukup	38	Cukup
87	48	Baik	45	Cukup	39	Cukup
88	41	Cukup	46	Cukup	38	Cukup
89	45	Cukup	50	Baik	39	Cukup
90	45	Cukup	42	Cukup	38	Cukup
91	46	Cukup	46	Cukup	38	Cukup
92	43	Cukup	38	Kurang	37	Cukup
93	42	Cukup	43	Cukup	36	Cukup
94	45	Cukup	45	Cukup	38	Cukup
95	44	Cukup	44	Cukup	38	Cukup
96	38	Kurang	43	Cukup	43	Baik
97	40	Cukup	43	Cukup	38	Cukup

Kelompok B (Indieology Café)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
98	43	Cukup	49	Baik	44	Baik
99	44	Cukup	43	Cukup	39	Cukup
100	46	Cukup	40	Kurang	41	Cukup
101	48	Baik	46	Cukup	39	Cukup
102	46	Cukup	43	Cukup	38	Cukup
103	37	Kurang	45	Cukup	34	Kurang
104	46	Cukup	48	Cukup	38	Cukup
105	44	Cukup	43	Cukup	40	Cukup
106	41	Cukup	39	Kurang	41	Cukup
107	42	Cukup	51	Baik	39	Cukup
108	42	Cukup	40	Kurang	41	Cukup
109	43	Cukup	48	Cukup	42	Cukup
110	42	Cukup	44	Cukup	36	Cukup
111	43	Cukup	47	Cukup	36	Cukup
112	43	Cukup	38	Kurang	38	Cukup
113	48	Baik	43	Cukup	38	Cukup
114	39	Cukup	47	Cukup	40	Cukup
115	48	Baik	44	Cukup	40	Cukup
116	37	Kurang	49	Baik	35	Kurang
117	38	Kurang	45	Cukup	35	Kurang
118	46	Cukup	44	Cukup	40	Cukup
119	44	Cukup	43	Cukup	38	Cukup
120	47	Baik	50	Baik	45	Baik

Kelompok C (Pancake Company Café)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
121	38	Kurang	50	Baik	38	Cukup
122	39	Cukup	49	Baik	36	Cukup
123	42	Cukup	39	Kurang	37	Cukup
124	41	Cukup	45	Cukup	41	Cukup
125	44	Cukup	45	Cukup	43	Baik
126	41	Cukup	45	Cukup	42	Cukup
127	45	Cukup	47	Cukup	39	Cukup
128	47	Baik	40	Kurang	37	Cukup
129	45	Cukup	45	Cukup	40	Cukup
130	51	Baik	45	Cukup	43	Baik
131	41	Cukup	46	Cukup	40	Cukup
132	47	Baik	50	Baik	40	Cukup
133	39	Cukup	44	Cukup	35	Kurang
134	41	Cukup	48	Cukup	39	Cukup
135	42	Cukup	46	Cukup	40	Cukup
136	38	Kurang	46	Cukup	42	Cukup
137	43	Cukup	48	Cukup	42	Cukup
138	40	Cukup	40	Kurang	39	Cukup
139	43	Cukup	44	Cukup	41	Cukup
140	41	Cukup	49	Baik	40	Cukup
141	38	Kurang	47	Cukup	40	Cukup
142	40	Cukup	46	Cukup	38	Cukup
143	45	Cukup	47	Cukup	40	Cukup
144	42	Cukup	46	Cukup	43	Baik
145	41	Cukup	47	Cukup	40	Cukup
146	43	Cukup	39	Kurang	37	Cukup
147	45	Cukup	44	Cukup	39	Cukup
148	47	Baik	47	Cukup	40	Cukup
149	39	Cukup	43	Cukup	42	Cukup
150	40	Cukup	43	Cukup	35	Kurang
151	40	Cukup	44	Cukup	37	Cukup
152	45	Cukup	45	Cukup	40	Cukup
153	41	Cukup	45	Cukup	38	Cukup
154	41	Cukup	43	Cukup	35	Kurang
155	45	Cukup	43	Cukup	39	Cukup
156	49	Baik	48	Cukup	45	Baik
157	42	Cukup	45	Cukup	38	Cukup

Kelompok C (Pancake Company Café)						
Res	Kualitas Pelayanan		Kualitas Produk		Kepuasan Konsumen	
	Skor	KTG	Skor	KTG	Skor	KTG
158	39	Cukup	43	Cukup	34	Kurang
159	41	Cukup	44	Cukup	40	Cukup
160	42	Cukup	46	Cukup	35	Kurang
161	44	Cukup	48	Cukup	44	Baik
162	45	Cukup	48	Cukup	35	Kurang
163	41	Cukup	44	Cukup	38	Cukup
164	42	Cukup	51	Baik	40	Cukup
165	43	Cukup	46	Cukup	35	Kurang
166	41	Cukup	48	Cukup	43	Baik
167	39	Cukup	48	Cukup	38	Cukup
168	37	Kurang	45	Cukup	36	Cukup
169	41	Cukup	43	Cukup	37	Cukup
170	40	Cukup	44	Cukup	38	Cukup
171	41	Cukup	44	Cukup	38	Cukup
172	44	Cukup	41	Kurang	35	Kurang
173	41	Cukup	45	Cukup	42	Cukup
174	42	Cukup	44	Cukup	44	Baik
175	40	Cukup	42	Cukup	35	Kurang
176	43	Cukup	43	Cukup	42	Cukup
177	39	Cukup	46	Cukup	42	Cukup
178	43	Cukup	46	Cukup	38	Cukup
179	39	Cukup	46	Cukup	36	Cukup
180	48	Baik	47	Cukup	42	Cukup
181	42	Cukup	46	Cukup	36	Cukup

Frequencies

Statistics

		Kualitas_ Pelayanan_A	Kualitas_ Produk_A	Kepuasan_ Konsumen_A	Kualitas_ Pelayanan_B	Kualitas_ Produk_B	Kepuasan_ Konsumen_B
N	Valid	60	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

Kualitas_Pelayanan_A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	12	20.0	20.0	20.0
	Cukup	35	58.3	58.3	78.3
	Kurang	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Kualitas_Produk_A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	10	16.7	16.7	16.7
	Cukup	40	66.7	66.7	83.3
	Kurang	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Kepuasan_Konsumen_A

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	16	26.7	26.7	26.7
	Cukup	31	51.7	51.7	78.3
	Kurang	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Kualitas_Pelayanan_B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	12	20.0	20.0	20.0
	Cukup	43	71.7	71.7	91.7
	Kurang	5	8.3	8.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Kualitas_Produk_B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	10	16.7	16.7	16.7
	Cukup	44	73.3	73.3	90.0
	Kurang	6	10.0	10.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Kepuasan_Konsumen_B

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	12	20.0	20.0	20.0
	Cukup	44	73.3	73.3	93.3
	Kurang	4	6.7	6.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

		Kualitas_ Pelayanan_C	Kualitas_ Produk_C	Kepuasan_ Konsumen_C
N	Valid	61	61	61
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Kualitas_Pelayanan_C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	6	9.8	9.8	9.8
	Cukup	51	83.6	83.6	93.4
	Kurang	4	6.6	6.6	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Kualitas_Produk_C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	5	8.2	8.2	8.2
	Cukup	51	83.6	83.6	91.8
	Kurang	5	8.2	8.2	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Kepuasan_Konsumen_C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	7	11.5	11.5	11.5
	Cukup	45	73.8	73.8	85.2
	Kurang	9	14.8	14.8	100.0
	Total	61	100.0	100.0	

Keterangan

A_Chez_Moi_Pathsier_and_Chocolatier

B_Indiecolony_Cafe

C_Pancake_Company_Cafe

LAMPIRAN IV

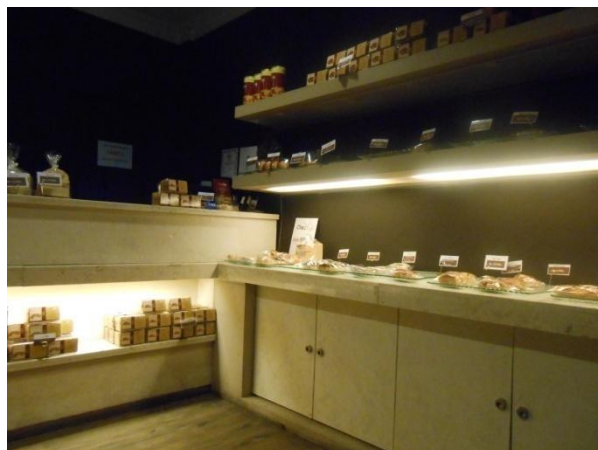
Dokumentasi Gambar

DOKUMENTASI GAMBAR

Responden Penelitian (Pengisian Kuisisioner)



Lokasi Penelitian



LAMPIRAN V

Ijin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK

Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734

website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id



Certificate No. QSC 00592

Nomor : 3079/H34/PL/2014

05 Nopember 2014

Lamp. :

Hal : Ijin Survey / Observasi

Yth.

Pimpinan Cafe Pancake's Company

Sagan, Caturtunggal, Depok

Kabupaten Sleman

DIY

Dalam rangka Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan Ijin untuk melaksanakan Survey/Observasi dengan fokus permasalahan Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Lokasi
1	Camelia Nucivera Edyus	9511244027	Pend. Teknik Boga - S1	Cafe Pancake's Company

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu :

Nama : Titin Hera Widi Handayani, M.Pd.

NIP : 19790406 200212 2 001

Adapun pelaksanaan Survey/Observasi dilakukan pada Tanggal 7 Nopember 2014.

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I

Dr. Sunaryo Soenarto

NIP. 19580630 198601 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA
Alamat : Kampus Fakultas Teknik Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Yogyakarta, 9 Desember 2014

Hal : Permohonan sebagai Validator
Sebagai Ahli Materi Pembelajaran

Kepada
Ibu Dewi Eka Murniati, S.E.
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas Teknik UNY
Di Yogyakarta


Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Camelia Nucivera Edyus
NIM : 09511244027
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta


Dalam rangka Penelitian Tugas Akhir Skripsi, saya mohon bantuan Ibu untuk bersedia memberikan uji validasi instrumen penelitian dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen *Café* Di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

Demikian permohonan ini saya buat, atas kesediaan ibu saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Teknik Boga


Sutriyati Purwanti, M.Si
NIP. 19611216 198803 2 001

Dosen Pembimbing Skripsi


Titin Hera Widi Handayani, M.Pd
NIP. 19790406 200212 2 001



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA

Alamat : Kampus Fakultas Teknik Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Yogyakarta, 19 November 2014

Hal : Permohonan sebagai Validator
Sebagai **Ahli Materi Pembelajaran**

Kepada
Ibu Dra. Badraningsih Lastariwati, M.Kes.
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas Teknik UNY
Di Yogyakarta

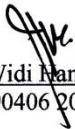
Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Camelia Nucivera Edyus
NIM : 09511244027
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta


Dalam rangka Penelitian Tugas Akhir Skripsi, saya mohon bantuan Ibu untuk bersedia memberikan uji validasi instrumen penelitian dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen *Café* Di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

Demikian permohonan ini saya buat, atas kesediaan ibu saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing Skripsi


Titin Hera Widi Mandayani, M.Pd.
NIP. 197904062002122001

Pemohon,


Camelia Nucivera Edyus
NIM. 09511244027



UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BOGA DAN BUSANA
Alamat : Kampus Fakultas Teknik Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Yogyakarta, 19 November 2014

Hal : Permohonan sebagai Validator
Sebagai **Ahli Materi Pembelajaran**

Kepada
Ibu Dewi Eka Murniati, S.E.
Dosen Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana
Fakultas Teknik UNY
Di Yogyakarta

Yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Camelia Nucivera Edyus
NIM : 09511244027
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Yogyakarta


Dalam rangka Penelitian Tugas Akhir Skripsi, saya mohon bantuan Ibu untuk bersedia memberikan uji validasi instrumen penelitian dengan judul "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen *Café* Di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

Demikian permohonan ini saya buat, atas kesediaan ibu saya mengucapkan terima kasih.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing Skripsi


Titin Hera Widi Handayani, M.Pd.
NIP. 19790406 200212 2 001

Pemohon,


Camelia Nucivera Edyus
NIM. 09511244027



**PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
SEKRETARIAT DAERAH**

Kompleks Kepatihan, Danurejan, Telepon (0274) 562811 - 562814 (Hunting)
YOGYAKARTA 55213

SURAT KETERANGAN / IJIN

070/REG/N/282/12/2014

Membaca Surat : **WAKIL DEKAN I FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA** Nomor : **3379/H34/PL/2014**
Tanggal : **16 DESEMBER 2014** Perihal : **IJIN PENELITIAN/RISET**

- Mengingat :
1. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006, tentang Perizinan bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Orang Asing dalam melakukan Kegiatan Penelitian dan Pengembangan di Indonesia;
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011, tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah;
 3. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 37 Tahun 2008, tentang Rincian Tugas dan Fungsi Satuan Organisasi di Lingkungan Sekretariat Daerah dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.
 4. Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 18 Tahun 2009 tentang Pedoman Pelayanan Perizinan, Rekomendasi Pelaksanaan Survei, Penelitian, Pendataan, Pengembangan, Pengkajian, dan Studi Lapangan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

DIJINKAN untuk melakukan kegiatan survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan kepada:

Nama : **CAMELIA NUCIVERA EDYUS** NIP/NIM : **09511244027**
Alamat : **FAKULTAS TEKNIK, PENDIDIKAN TEKNIK BOGA, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**
Judul : **HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN CAFE DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA**
Lokasi :
Waktu : **17 DESEMBER 2014 s/d 17 MARET 2015**

Dengan Ketentuan

1. Menyerahkan surat keterangan/ijin survei/penelitian/pendataan/pengembangan/pengkajian/studi lapangan *) dari Pemerintah Daerah DIY kepada Bupati/Walikota melalui institusi yang berwenang mengeluarkan ijin dimaksud;
2. Menyerahkan soft copy hasil penelitiannya baik kepada Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta melalui Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY dalam compact disk (CD) maupun mengunggah (upload) melalui website adbang.jogjaprovo.go.id dan menunjukkan cetakan asli yang sudah disahkan dan dibubuhi cap institusi;
3. Ijin ini hanya dipergunakan untuk keperluan ilmiah, dan pemegang ijin wajib mentaati ketentuan yang berlaku di lokasi kegiatan;
4. Ijin penelitian dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat ini kembali sebelum berakhir waktunya setelah mengajukan perpanjangan melalui website adbang.jogjaprovo.go.id;
5. Ijin yang diberikan dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila pemegang ijin ini tidak memenuhi ketentuan yang berlaku.

Dikeluarkan di Yogyakarta
Pada tanggal **17 DESEMBER 2014**
A.n Sekretaris Daerah
Asisten Perekonomian dan Pembangunan
Ub.

Kepala Biro Administrasi Pembangunan



Dra. Puji Astuti, M.Si
NIP. 19590525 198503 2 006

Tembusan :

1. GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA (SEBAGAI LAPORAN)
2. BUPATI SLEMAN C.Q KA. BAKESBANGLINMAS SLEMAN
3. WAKIL DEKAN I FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
4. YANG BERSANGKUTAN



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
KANTOR KESATUAN BANGSA

Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta, 55511
Telepon (0274) 864650, Faksimile (0274) 864650
Website: www.slemankab.go.id, E-mail: kesbang.sleman@yahoo.com

Sleman, 18 Desember 2014

Nomor : 070 /Kesbang/3816 /2014
Hal : Rekomendasi
Penelitian

Kepada
Yth. Kepala Bappeda
Kabupaten Sleman
di Sleman

REKOMENDASI

Memperhatikan surat :
Dari : Ka. Biro Administrasi Pembangunan Setda
Nomor : 070/Reg/V/282/12/2014
Tanggal : 17 Desember 2014
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan rekomendasi dan tidak keberatan untuk melaksanakan penelitian dengan judul " HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DENGAN KAPUASAN KONSUMEN CAFE DI DUSUN SAGAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA" kepada:

Nama : Camelia Nucivera Edyus
Alamat Rumah : Jombor Kidul Sinduadi Mlati Sleman
No. Telepon : 08975432124
Universitas / Fakultas : UNY / Teknik
NIM : 09511244027
Program Studi : S1
Alamat Universitas : Karangmalang Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Dusun Sagan Kab. Sleman
Waktu : 18 Desember 2014 - 18 Januari 2015

Yang bersangkutan berkewajiban menghormati dan menaati peraturan serta tata tertib yang berlaku di wilayah penelitian. Demikian untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepala Kantor Kesatuan Bangsa



Drs. A R DANI
Pembina Tingkat I, IV/b
NIP. 19630511 199103 1 004



**PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH**

Jalan Parasmya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
Website: slemankab.go.id, E-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 3879 / 2014

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dasar : Peraturan Bupati Sleman Nomor : 45 Tahun 2013 Tentang Izin Penelitian, Izin Kuliah Kerja Nyata,
Dan Izin Praktik Kerja Lapangan.
Menunjuk : Surat dari Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
Nomor : 070/Kesbang/3816/2014 Tanggal : 18 Desember 2014
Hal : Rekomendasi Penelitian

MENGIZINKAN :

Kepada :
Nama : CAMELIA NUCIVERA EDYUS
No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 09511244027
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Karangmalang Yogyakarta
Alamat Rumah : Jombor Kidul Sinduadi Mlati Sleman
No. Telp / HP : 08975432124
Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul
**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN CAFÉ DI DUSUN SAGAN KABUPATEN
SLEMAN**
Lokasi : Dusun Sagan CT Depok Sleman
Waktu : Selama 3 bulan mulai tanggal: 18 Desember 2014 s/d 18 Maret 2015

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melaporkan diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*
4. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.*
5. *Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di Sleman

Pada Tanggal : 18 Desember 2014

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris
u.b.

Kepala Bidang Pengendalian dan Evaluasi

ERNY MARYATUN, S.IP, MT

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Dinas Perindagkop Kab. Sleman
3. Kabid. Ekonomi Bappeda Kab. Sleman
4. Camat Depok
5. Pengelola Café Pancake's Company
6. Pengelola Indie Cology Café
7. Pengelola Ches Moi Pathisier And Chocolatier
8. Dekan Fak. Teknik-UNY
9. Yang Berkepentingan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK



Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281
Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734
website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id

Certificate No. QSC 00592

Nomor : 3380/H34/PL/2014

16 Desember 2014

Lamp. :

Hal : Ijin Penelitian

Yth.

- 1 . Gubernur DIY c.q. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY
- 2 . Gubernur Provinsi DIY c.q. Ka. Bappeda Provinsi DIY
- 3 . Bupati Kabupaten Sleman c.q. Kepala Badan Pelayanan Terpadu Kabupaten Sleman
- 4 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Provinsi DIY
- 5 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Kabupaten Sleman
- 6 . Pimpinan Chez Moi Patisier and Chocolatier

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Lokasi
1	Camelia Nucivera Edyus	09511244027	Pend. Teknik Boga - S1	Chez Moi Patisier and Chocolatier

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu :

Nama : Titin Hera Widi Handayani, M.Pd.

NIP : 19790406 200212 2 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Tanggal 14 Desember 2014 s/d 14 Januari 2015.

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I

Dr. Sunaryo Soenarto

NIP. 19580630 198601 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK



Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734

Certificate No. QSC 00592

website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id

Nomor : 3378/H34/PL/2014

16 Desember 2014

Lamp. :

Hal : Ijin Penelitian

Yth.

- 1 . Gubernur DIY c.q. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY
- 2 . Gubernur Provinsi DIY c.q. Ka. Bappeda Provinsi DIY
- 3 . Bupati Kabupaten Sleman c.q. Kepala Badan Pelayanan Terpadu Kabupaten Sleman
- 4 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Provinsi DIY
- 5 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Kabupaten Sleman
- 6 . Pimpinan Pancake's Company

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Lokasi
1	Camelia Nucivera Edyus	09511244027	Pend. Teknik Boga - S1	Pancake's Company

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu :

Nama : Titin Hera Widi Handayani, M.Pd.

NIP : 19790406 200212 2 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Tanggal 14 Desember 2014 s/d 14 Januari 2015.

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I

Dr. Sunaryo Soenarto

NIP. 19580630 198601 1 001

Tembusan :
Ketua Jurusan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS TEKNIK



Alamat : Kampus Karangmalang, Yogyakarta, 55281

Telp. (0274) 586168 psw. 276,289,292 (0274) 586734 Fax. (0274) 586734

Certificate No. QSC 00592

website : <http://ft.uny.ac.id> e-mail: ft@uny.ac.id ; teknik@uny.ac.id

Nomor : 3379/H34/PL/2014

16 Desember 2014

Lamp. :

Hal : Ijin Penelitian

Yth.

- 1 . Gubernur DIY c.q. Biro Administrasi Pembangunan Setda DIY
- 2 . Gubernur Provinsi DIY c.q. Ka. Bappeda Provinsi DIY
- 3 . Bupati Kabupaten Sleman c.q. Kepala Badan Pelayanan Terpadu Kabupaten Sleman
- 4 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Provinsi DIY
- 5 . Kepala Dinas Pendidikan, Pemuda , dan Olahraga Kabupaten Sleman
- 6 . Pimpinan Indiecolology Cafe

Dalam rangka pelaksanaan Tugas Akhir Skripsi kami mohon dengan hormat bantuan Saudara memberikan ijin untuk melaksanakan penelitian dengan judul Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen Cafe di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta, bagi mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta tersebut di bawah ini:

No.	Nama	NIM	Jurusan	Lokasi
1	Camelia Nucivera Edyus	09511244027	Pend. Teknik Boga - S1	Indiecolology Cafe

Dosen Pembimbing/Dosen Pengampu :

Nama : Titin Hera Widi Handayani, M.Pd.

NIP : 19790406 200212 2 001

Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan mulai Tanggal 14 Desember 2014 s/d 14 Januari 2015.

Demikian permohonan ini, atas bantuan dan kerjasama yang baik selama ini, kami mengucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I

Dr. Sunaryo Soenarto

NIP. 19580630 198601 1 0014

Tembusan :
Ketua Jurusan

SURAT KETERANGAN

Bertandatangan dibawah ini, Manajemen Chez Moi Patisier and Chocolatier Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : Camelia Nucivera Edyus

Nim :09511244027

Jurusan :Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

Juddul Skripsi : "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Café di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

Telah selesai melaksanakan penelitian dan mengambil data dari Chez Moi Patisier and Chocolatier Yogyakarta pada bulan Januari 2015.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi tugas dalam rangka menyusun skripsi, sehingga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Januari 2015

Hormat Kami



SURAT KETERANGAN

Bertandatangan dibawah ini, Manajemen Café Indieology Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : Camelia Nucivera Edyus

Nim :09511244027

Jurusan :Pendidikan Teknik Boga, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

Juddul Skripsi : "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Café di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

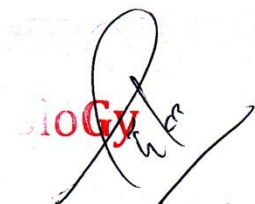
Telah selesai melaksanakan penelitian dan mengambil data dari Café Indieology Yogyakarta pada bulan Januari 2015.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi tugas dalam rangka menyusun skripsi, sehingga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Januari 2015

Hormat Kami

indieology


(ARIFA IBNU HARYO)

SURAT KETERANGAN

Bertandatangan dibawah ini, Manajemen Café Pancake's Company Yogyakarta menerangkan bahwa :

Nama : Camelia Nucivera Edyus

Nim :09511244027

Jurusan :Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta

Juddul Skripsi : "Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Café di Dusun Sagan Kabupaten Sleman Yogyakarta".

Telah selesai melaksanakan penelitian dan mengambil data dari Café Pancake's Company Yogyakarta pada bulan Januari 2015.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk memenuhi tugas dalam rangka menyusun skripsi, sehingga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, Januari 2015

Hormat Kami



(Astri Widyaning)