

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN  
PLAYGROUND CAFÉ DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat akademik untuk  
memperoleh gelar sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi  
Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha**



**Oleh :**

**Windi Astuti**

**14.411.4839**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI WIDYA WIWAHA  
YOGYAKARTA**

**2018**

# **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PLAYGROUND CAFÉ DI YOGYAKARTA**

**Oleh :**

**Windi Astuti**

**14.411.4839**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 60 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan hasil penelitian adalah analisis deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café adalah faktor kualitas produk, faktor harga, faktor kualitas pelayanan dan faktor suasana.

**Kata Kunci : Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Playground Café di Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik materi maupun teknik penyusunannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang menuju kearah perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini.

Dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiel, sehingga penulisan skripsi ini dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya.

Ucapan terima kasih tersebut penulis tujukan kepada:

1. Bapak Drs. Muhammad Subkhan, MM, Rektor STIE Widya Wiwaha.
2. Ibu Dila Damayanti, S.E.,M.M, selaku Ketua Jurusan Manajemen, STIE Widya Wiwaha.
3. Bapak Drs.H. Jazuli Akhmad, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk, arahan serta saran-saran didalam penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tua yang telah memberikan dorongan moril dan materiel serta doanya yang sangat berharga.

5. Bapak dan Ibu pimpinan Playground Café yang telah membantu dan mengizinkan penulis untuk mengadakan penelitian di Playground Café.
6. Para karyawan Playground Café atas bantuannya dalam pembuatan skripsi ini.
7. Para pemimpin, Dosen, dan Staff karyawan STIE Widya Wiwaha
8. Fikri Alfarobi yang selalu memberi semangat, perhatian dan bantuannya.
9. Sahabat terbaikku Tina Ade Tuti yang selalu memberi motivasi dan selalu ada disaat aku membutuhkan.
10. Teman-temanku angkatan tahun 2014 yang selalu memberi motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga colony yang selalu menemani dan memberi semangat disetiap waktu senggang ( Tina, Fika, Uma, Ula, Anang, Galang, Dwiki, Candra, Udin)
12. Temanku Heva terima kasih yang selalu memberi saran untuk setiap masalah semoga persahabatan kita langgeng
13. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga terselesainya skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta,     Maret 2018  
Penulis,

(Windi Astuti)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pemasaran .....	7
2.2 Jasa.....	8
2.2 Konsumen .....	9
2.3 Kepuasan Konsumen .....	10
2.3.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	11
2.3.2 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	13
2.3.3 Strategi Kepuasan Konsumen.....	14

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	15
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian .....	19
3.2 Lokasi Penelitian .....	19
3.3 Sumber Data.....	19
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	21
3.6 Definisi Operasional .....	22
3.7 Teknik Analisis Data .....	23
BAB IV .....	24
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	24
1. Gambaran Umum Playground Cafe .....	24
2. Operasional Playground Cafe .....	24
A. Karakteristik Responden.....	27
B. HASIL PENELITIAN .....	31
C. PEMBAHASAN .....	41
BAB V.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN .....	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA .....	48
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

a. Tabel Makanan dan Minuman	29
b. Karakteristik Menurut Jenis Kelamin	30
c. Karakteristik Menurut Pekerjaan	31
d. Karakteristik Menurut Jumlah Kunjungan	32
e. Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk	34
f. Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga	36
g. Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan	38
h. Hasil Jawaban Responden Mengenai Suasana	40
i. Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	42

STIE Widya Wiwaha  
Jangan Plagiat

## DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Struktur Organisasi Playgrond Café Yogyakarta	25
4.2 Gambar Logo Playground Café Yogyakarta	26

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun belakangan ini Indonesia mengalami perkembangan usaha dibidang kuliner. Perkembangan tersebut semakin nampak semenjak adanya persaingan bisnis yang semakin meningkat. Usaha kuliner ini merupakan suatu prospek yang cukup bagus, salah satunya disebabkan oleh kebutuhan dan gaya hidup penduduk yang semakin tinggi. Apalagi dengan jumlah penduduk Indonesia yang tinggi mempermudah mencari pangsa pasar. Pola hidup masyarakat yang lebih menyukai makan di luar dari pada di rumah karena berbagai alasan membuat bisnis kuliner semakin menjanjikan.

Bisnis kuliner memiliki banyak sekali pesaing, oleh karena itu perlu adanya inovasi yang menarik untuk dapat terjun dan bersaing dalam lingkup bisnis. Selain itu pelaku bisnis harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Yogyakarta merupakan salah satu kota wisata yang banyak diminati masyarakat dalam negeri maupun luar negeri. Selain itu Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar, yang secara tidak langsung setiap tahunnya masyarakat dari luar kota akan dating ke Yogyakarta. Tidak heran jika pelaku bisnis kuliner menjadikan kota ini

sebagai pasar potensial. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya café, resto atau tempat makan yang berkembang di Jogja.

Karena banyaknya tempat makan di Jogja, masyarakat memiliki kebebasan untuk memilih sesuai keinginan yang tentunya dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Untuk itu pengelola harus mampu menarik perhatian konsumen dengan memberikan sesuatu yang berbeda dengan tempat yang lainnya.

Semakin berkembangnya usaha di bidang kuliner maka persaingan diantara usaha sejenis akan semakin timbul. Salah satu faktor untuk menghadapi pesaing adalah aspek kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah pertahanan paling baik melawan pesaing. Para konsumen yang puas biasanya lebih setia, lebih sering membeli dan rela membayar lebih banyak untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Hal ini telah menjadi suatu kepercayaan umum karena dengan memuaskan konsumen, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas.

Kepuasan konsumen tergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relative terhadap harapan pembeli. Bila prestasi produk jauh lebih rendah ketimbang harapan konsumen, pembelinya tidak puas. Perusahaan yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira konsumen dengan hanya

menjanjikan apa yang dapat mereka serahkan, kemudian menyerahkan lebih banyak dari yang mereka janjikan.

Perusahaan dituntut untuk selalu menawarkan lebih pada masyarakat agar lebih diminati masyarakat mulai dari harga yang bersaing, suasana yang nyaman, variasi menu yang tersedia, pelayanan yang ramah dan fasilitas tambahan lainnya. Semua nilai tambah yang diberikan dimaksudkan agar mempertahankan loyalitas pelanggan dan memberi kepuasan pada konsumen yang diharapkan konsumen dapat membeli ulang atau merekomendasikan kepada orang lain.

Playground Café adalah salah satu tempat makan yang menyusung konsep angkringan modern yang terletak di jalan Timoho, Yogyakarta. Playground Café menyediakan berbagai makanan dan minuman ala angkringan dan modern ala café. Konsumen yang datang mulai dari kalangan pekerja, orang tua, keluarga dan remaja/mahasiswa. Pada umumnya mereka yang datang ke Playground Café untuk menikmati makanan dan minuman yang khas disediakan, nongkrong atau sekedar berkumpul bersama teman.

Makanan dan minuman yang ada di Playground Café cukup bervariasi mulai dari makanan berupa sate-satean, nasi kucing, roti bakar dll. Untuk minuman berupa wedang jahe, wedang tiga tjeret, ice blend dll. Harga yang ditawarkan cukup beragam tergantung jenis makanan dan minuman yang dipilih. Meskipun ala angkringan tapi untuk rasa tidak kalah dengan makanan café pada umumnya, sangat berbeda dari angkringan yang ada di pinggiran jalan.

Playground Café berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen tidak merasa kecewa. Selalu bersikap ramah dan cepat tanggap ketika konsumen membutuhkan bantuan dan dituntut memberikan kesan yang baik terhadap konsumen.

Suasana Playground Café yang nyaman dan tidak terlalu bising sangat cocok untuk konsumen yang ingin nongkrong atau ngobrol. Tatahan interior dan ornament unik yang ada di sini, membuat tempat makan ini terlihat sangat artistik. Playground Café berusaha menciptakan suasana yang dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di setiap tempat yang mereka datangi.

Tidak jauh berbeda dengan café yang lain, Playground Café memberikan fasilitas tambahan berupa hotspot sehingga konsumen bisa online setiap saat sambil makan. Karena sebagian besar konsumen lebih tertarik memilih tempat nongkrong yang memiliki fasilitas hotspot. Untuk menambah ketertarikan konsumen, Playground Café memberikan suguhan berupa Live music sehingga konsumen bisa melihat secara langsung penampilan band-band lokal. Selain itu terdapat fasilitas parkir yang cukup luas dan aman untuk mempermudah konsumen datang ke Playground Café.

Playground Café berupaya memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat mempertahankan pelanggan tetap dan meningkatkan potensi pelanggan baru. Untuk mencapai target tersebut, Playground Café harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Hal ini dikarenakan masih saja ada

keluhan dari konsumen, baik itu mengenai pelayanan, produk atau fasilitas yang ada. Keluhan seperti ini disebabkan oleh beberapa faktor yang membuat konsumen merasa tidak puas ketika melakukan pembelian. Sehingga Playground Café perlu melakukan evaluasi untuk meminimalisir terjadinya keluhan tersebut agar tidak mempengaruhi jumlah pengunjung dan volume penjualan.

Jumlah konsumen yang berkunjung sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan karena bagi perusahaan konsumen merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak konsumen yang berkunjung dan membeli akan memberikan keuntungan atau pemasukan bagi perusahaan, sebaliknya jika semakin sedikit konsumen yang membeli maka sedikit pula keuntungan yang diperoleh.

Berdasarkan pada uraian di atas maka dalam penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Playground Café di Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian adalah masih rendahnya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen Playground Café di Yogyakarta.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café di Yogyakarta?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui tentang faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café di Yogyakarta.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi-referensi untuk penelitian lanjutan yang dilaksanakan kedepannya dan menambah pengetahuan di bidang manajemen.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai informasi dan masukan yang dapat dijadikan pertimbangan pengambilan kebijakan perusahaan serta referensi langkah perbaikan di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

Sebagai acuan untuk menilai sejauh mana kemampuan peneliti dan menganalisis suatu permasalahan dengan mempergunakan ilmu yang sudah diperoleh selama kuliah.

## BAB 11

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan (Basu Swastha dan Hani Handoko: 1987).

Kotler dan Armstrong (2008:6) mendefinisikan secara luas, pemasaran adalah proses social dan manajerial di mana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, kita mendefinisikan pemasaran (*marketing*) sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

Menurut Kotler (1997) pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

## 2.2 Jasa

Menurut Kotler (2002: 486) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Jadi dapat disimpulkan bahwa jasa bukanlah barang, tetapi suatu aktifitas yang tidak dapat dirasakan secara fisik dan membutuhkan interaksi antara satu pihak ke pihak lain.

### ➤ Karakteristik Jasa

Kotler (2000:488) mengemukakan bahwa terdapat empat karakteristik jasa, antara lain:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, dan didengar sebelum membeli.

2. *Inseparability* (tidak dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli jasa itu, baik pembeli jasa itu adalah orang maupun mesin.

3. *Variability* (keanekarupaan)

Jasa sangat beranekarupa karena tergantung siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama, karenanya tidak dapat disimpan untuk penjualan atau penggunaan dikemudian hari. Sifat jasa yang tidak tahan lama ini

bukanlah masalah kalau permintaan tetap atau teratur, karena jasa-jasa sebelumnya dapat dengan mudah disusun terlebih dahulu, kalau permintaan berfluktuasi, permintaan jasa akan dihadapkan pada berbagai masalah sulit.

## 2.2 Konsumen

Dalam pengertian sehari-hari konsumen adalah orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Konsumen atau pemakai suatu produk adalah orang-orang yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan-perusahaan bisnis.

Dilihat dari segi perbaikan kualitas, definisi konsumen adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performansi (*performance*) pemberi jasa (perusahaan) tersebut. Dengan kata lain, konsumen adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada orang tersebut.

Menurut Daryanto dan Ismanto Setyobudi (2014) secara garis besar terdapat tiga jenis konsumen, yaitu konsumen internal, konsumen perantara, dan konsumen eksternal.

a. Konsumen Internal

Orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan

b. Konsumen Perantara

Setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai.

c. Konsumen Eksternal

Setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis.

### 2.3 Kepuasan Konsumen

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 1997).

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan mencegah perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran,

mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Menurut Tjiptono (2014:354) kepuasan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan muncul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Kepuasan konsumen memegang peranan penting guna menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Tujuan perusahaan jasa di samping untuk mendapatkan laba juga memberikan kepuasan kepada konsumen mereka.

### **2.3.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Ada beberapa metode yang bisa digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Menurut Kotler(2000:41) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

#### **a. System keluhan dan saran**

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah

dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

*b. Ghost shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk tersebut. Para *ghost shopper* diminta mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

*c. Lost customer analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungkan para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

*d. Survei kepuasan pelanggan*

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun

wawancara pribadi. Melalui survai perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dan pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

### 2.3.2 Manfaat Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2001:41) kepuasan konsumen saat ini sangat penting karena:

a) Daya persuasif *Word of Mouth* (Gethok Tular)

Gethok tular dari pelanggan merupakan strategi untuk menarik pelanggan baru

b) Reduksi Sensitivitas Harga

Pelanggan yang merasa puas dan loyal terhadap suatu perusahaan cenderung lebih jarang memperhatikan harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga, pelayanan, dan kualitas.

c) Kepuasan Pelanggan sebagai Indikator Kesuksesan Berbisnis di Masa Depan

Pada hakikatnya kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu yang cukup lama sebelum dapat memperlihatkan reputasi atas layanan prima.

d) Manfaat Ekonomi Mempertahankan Pelanggan versus Menarik Pelanggan Baru

### 2.3.3 Strategi Kepuasan Konsumen

Ada beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa strategi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2001:47) :

1) Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain, penjual menjalin kemitraan dengan pembeli secara terus menerus.

2) Strategi *superior customer service*

Strategi ini menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.

3) Strategi *unconditional guarantess* atau *extraordinary guarantess*

Strategi ini adalah komitmen untuk memberikan kepuasan pada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi atau jaminan dirancang untuk meringankan resiko/kerugian pelanggan, dalam hal pelanggan tidak puas terhadap barang atau jasa yang telah dibayarnya.

4) Strategi penanganan keluhan yang efisien

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas.

5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan

Meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, memberikan pelatihan kepada karyawan dan pihak manajemen.

6) Menerapkan *Quality Function Development* (QFD)

*Quality Function Development* (QFD) merupakan praktik merancang suatu proses bagi tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh perusahaan.

### 2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Rambat Lupiyoadi (2001: 158) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat 5 dimensi yang harus diperhatikan oleh perusahaan, antara lain :

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk/jasa yang mereka gunakan berkualitas.

## 2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industry jasa, konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

## 3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap konsumen tersebut apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

## 4. Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada penggunanya.

## 5. Biaya

Pengguna yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### **Penelitian Terdahulu**

1. Penelitian yang dilakukan Vivianli Liu (2016) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan suasana terhadap kepuasan konsumen di Goeboex Coffee Yogyakarta.

Obyek penelitian adalah 100 responden dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel diambil dari sejumlah pengunjung di Goeboex Coffee dengan criteria-kriteria tertentu. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan kualitas pelayanan, harga dan suasana café memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Goeboex Coffee.

2. Penelitian dilakukan oleh Fachruzi Amir (2012) yang bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh factor (pelayanan, harga, promosi, kualitas produk) terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Hasjrat Abadi di Makasar.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini ada 90 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Convenience-purposive sampling* yaitu mengambil sejumlah pelanggan produk elektronik yang mudah ditemui dan memenuhi kriteria-kriteria tertentu untuk dijadikan responden.

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa factor pelayanan , kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT Hasjrat Abadi Makasar.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Handayati (2016) yang bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Pong-Pong Café.

Sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 50 responden. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh kuat terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas produk dan promosi mempunyai pengaruh sedang terhadap tingkat kepuasan konsumen.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk menjawab penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif kualitatif ini dilakukan dengan cara menggambarkan apa yang sudah diteliti oleh peneliti untuk memperoleh hasil penelitiannya. Gambaran seperti apa yang di dapat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café di Yogyakarta.

Narbuko dan Achmandi (2004:44) mendefinisikan pengertian penelitian deskriptif sebagai penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia menyajikan data, menganalisis, menginterpretasi; ia juga bersifat komparatif dan korelatif. Taylor dan Bogdan dalam Danim (2002:41) mengatakan bahwa penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kaka-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti.

#### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di Playground Café Jl. Timoho, Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **3.3 Sumber Data**

Sumber data yang diperoleh ada dua, yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari informan yaitu konsumen Playground Café melalui observasi, wawancara dan koesioner.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber lain yang dapat menunjang/ mendukung dalam proses penelitian ini. Data sekunder yang diperoleh dari perusahaan ini yaitu tentang latar belakang dan gambaran umum dari Playground Café.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Peneliti menggunakan wawancara terstruktur. Melalui wawancara terstruktur peneliti telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis.

- b. Observasi

Observasi adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan data secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian dengan melihat pedoman sebagai instrument pengamatan yang ditunjukkan kepada konsumen terkait dengan metode wawancara.

c. Koesioner

Yaitu dengan menyebarkan koesioner dalam ha lini adalah konsumen Playground Café untuk menjawab pertanyaan tentang kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana café. Dalam koesioner ini digunakan skala *likert* yaitu dengan mengelompokan 4 kategori jawaban responden dengan 4 poin skor, 4 = sangat setuju, 3 = setuju, 2 = kurang setuju, 1 = tidak setuju.

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2001:72).

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang melakukan pembelian ke Playground Café selama penelitian berlangsung.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2001:73). Dalam melakukan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling* dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Spesifikasi metode *nonprobability sampling* yang dipakai peneliti adalah *purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2001:78). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden.

### 3.6 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini digunakan definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen

Yaitu merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan muncul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. (Tjiptono , 2014:354)

2. Kualitas produk

Yaitu keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat

3. Harga

Yaitu jumlah yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Kotler & Armstrong, 2008).

#### 4. Kualitas pelayanan

Yaitu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono , 2000: 59).

#### 5. Suasana

Yaitu desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, music, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih tempat (Utami, 2006:238).

### 3.7 Teknik Analisis Data

Keseluruhan data yang diperoleh dari hasil koesioner akan diolah dengan menggunakan analisa deskriptif, yaitu suatu analisa yang digunakan untuk memperoleh gambaran tentang prosentase jawaban-jawaban yang diperoleh dari hasil koesioner yang diberikan kepada responden yang berada di Playground Café. Caranya adalah dengan memberikan koesioner kepada responden yang berupa pertanyaan dan alternative jawabannya sudah disiapkan kepada responden, kemudian responden diminta untuk memberikan jawaban terhadap salah satu alternative jawaban yang telah disediakan. Dari data yang terkumpul akan digambarkan dalam bentuk tabel.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 1. Gambaran Umum Playground Cafe

Playground Cafe berdiri pada tanggal 18 Desember 2014 yang beralamat di Jalan Timoho No.31, Baciro, Gondokusuman, Yogyakarta. Playground Cafe merupakan cabang dari Tiga Tjeret Cafe di Solo. Dalam Bahasa Indonesia, kata “playground” dapat diartikan sebagai “tempat bermain”. Mengadopsi dari kata tersebut, Andhang Apri Hardhanto selaku *owner* Playground Cafe ingin menghadirkan cafe layaknya bermain di rumah sendiri dengan konsep angkringan yang kekinian dengan menyajikan makanan seperti angkringan pada umumnya namun bernuansa modern.

Pada dinding-dinding tempat ini dihiasi dengan pop-art yang dilukis secara langsung maupun dengan poster-poster. Playground Cafe memiliki lahan yang luas sehingga pengelola membagi tempat makan pada tempat ini menjadi dua bagian, bagian indoor dan juga bagian outdoor. Ada sekitar puluhan menu makanan yang disediakan pada tempat ini ala wedangan alias bisa memilihnya sendiri.

#### 2. Operasional Playground Cafe

##### 1) Struktur Organisasi

Dalam sebuah organisasi diperlukan struktur perusahaan untuk menjaga harmonisasi jalannya visi dan misi agar tetap terjaga. Adapun struktur organisasi Playground Cafe sebagai berikut:



Gambar: 4.1

## Struktur Organisasi

Berikut ini adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan dari bagan struktur organisasi Playground Cafe:

## a) Owner (Pemilik)

Pemilik Playground Cafe adalah Bapak Andhang Apri Hardhanto. Tugas dan tanggung jawab adalah memberi arahan masing-masing informasi penting berkaitan dengan perusahaan. Selain itu pemilik bertugas mengambil keputusan atau berperan penting dalam kemajuan perusahaan.

b) Keuangan

Bagian keuangan dikelola oleh Ibu Leni dengan tugas dan tanggung jawabnya adalah mengelola keuangan perusahaan baik dalam hal produksi, pengeluaran atau pendapatan.

c) Prossesing & Gudang

Bagian ini dikelola oleh Ibu Anis dengan tugas dan tanggung jawab yaitu mencatat dan menyediakan semua persediaan bahan baku untuk produksi maupun bahan baku untuk operasional kerja perusahaan.

d) Manager

Bagian manager dikelola oleh Bapak Moko dengan tugas dan tanggung jawabnya adalah melakukan pengawasan para karyawan dan memastikan strategi, keputusan dan kebijakan yang telah diambil dilaksanakan dengan baik.

2) Logo dan Slogan Playground Cafe



Gambar 4.2  
Logo Playground Café

“*Make your own fun*” merupakan slogan yang dimiliki oleh Playground Cafe yang ingin membuat konsumen bisa menemukan kesenangannya sendiri di tempat ini. Dengan konsep angkringan modern tetapi tetap berusaha

menyuguhkan menu makanan dan minuman yang berkualitas dengan pelayanan yang akan terus ditingkatkan.

### 3) Jam Operasional

Jam operasional Playground Cafe adalah pukul 16.00-24.00. Jam kerja karyawan yaitu sekitar 8 jam.

### 4) Menu makanan dan minuman

Playground Café memiliki beberapa produk makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumennya, adapun produk makanan dan minuman yang ditawarkan sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Tabel Makanan dan Minuman

Makanan	Minuman
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasi kucing: all varian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wedangan</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sate-satean :all varian</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Milk blend:choco, straw dll</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es krim goreng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cookies n cream</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roti bakar: keju, coklat dll</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kacang hijau: susu, coklat dll</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pisang bakar: keju, coklat dll</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es tape: coklat, susu dll</li> </ul>

## A. Karakteristik Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Cafe di Yogyakarta. Berikut ini adalah karakteristik responden pada penelitian yang di ambil dengan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi

peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Responden diambil adalah yang dianggap mengetahui informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Semua responden ini adalah konsumen yang sedang melakukan pembelian di Playground Cafe Yogyakarta. Secara umum gambaran karakteristik responden yang berhasil diwawancarai beserta identitasnya sebagai berikut:

### 1. Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi ini, jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua kelompok, seperti yang tercantum dalam tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	27	45%
Wanita	33	55%
Jumlah	60	100%

Sumber : Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa konsumen Playground Café lebih banyak wanita dibandingkan pria, hal ini dikarenakan wanita lebih suka berkumpul bersama teman untuk melakukan kegiatan bersama dari pada pria. Namun ini tidak seluruhnya benar jika dilihat dari jumlah antara responden pria dan wanita yang berkunjung tidak jauh berbeda, dalam hal ini pria dan wanita memiliki minat yang sama untuk berkunjung ke Playground Café.

## 2. Pekerjaan

Dalam klasifikasi ini, pekerjaan dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	45	75%
Pegawai swasta	6	10%
Wiraswasta	7	11,67%
Lain-lain	2	3,33%
Jumlah	60	100%

Sumber : Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 di atas yakni profil responden berdasarkan pekerjaan, maka terlihat bahwa pekerjaan responden yang paling dominan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yakni sekitar 45 orang 75%, diikuti oleh wiraswasta yakni sebanyak 7 orang atau 11,67%, kemudian pegawai swasta yakni sebanyak 6 orang atau 10%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi konsumen Playground Café di Yogyakarta adalah mahasiswa. Responden tersebut memang memiliki minat tinggi menghabiskan waktu untuk nongkrong di café dibandingkan responden berpekerjaan lain.

### 3. Kunjungan atau pembelian di café dalam 1 bulan

Dalam klasifikasi ini, kunjungan atau pembelian di café dalam 1 bulan dikelompokkan menjadi dua kelompok seperti yang tercantum pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden berdasarkan Kunjungan atau Pembelian di Playground Café dalam 1 bulan

Kunjungan dalam 1 bln	Jumlah	Presentase
2x	39	65%
>2x	21	35%
Jumlah	60	100%

Sumber : Olah Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa 39 responden konsumen Playground Café melakukan kunjungan atau pembelian selama 2 kali dalam 1 bulan dengan presentase sebesar 65%, lebih besar dari 21 responden konsumen Playground Café melakukan kunjungan atau pembelian lebih dari 2 kali dengan presentase sebesar 35%. Konsumen tidak selalu melakukan kunjungan karena tergantung dengan kegiatan yang diadakan pihak café tersebut setiap minggu atau bulannya atau juga mungkin konsumen akan mencari tempat nongkrong dengan suasana yang berbeda.

## **B. HASIL PENELITIAN**

### **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Playground Cafe**

Salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan, khususnya perusahaan di bidang jasa adalah meningkatkan kinerja atau nilai perusahaan. Oleh karena itu salah satu upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah meningkatkan kepuasan konsumen. Dimana dalam meningkatkan kepuasan konsumen maka Playground Cafe perlu memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumennya. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 60 orang konsumen yang melakukan pembelian di Playground Cafe. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Cafe di Yogyakarta di antaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana café. Kemudian untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya, pengambilan data diperoleh melalui penyebaran koesioner yang diberikan kepada responden tentang pertanyaan yang dibuat tentang kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana café. Dari hasil koesioner dapat diperoleh hasil tanggapan responden sebagai berikut :

#### **➤ Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam memilih produk konsumen selalu melakukan pertimbangan, sehingga menuntut

perusahaan untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka. Tingkat kepuasan konsumen tergantung pada suatu mutu produk, tingkat kualitas produk yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Untuk lebih jelasnya mengenai pengaruh kualitas produk yang diteliti, maka dapat dilihat jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.5

## Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Alternative Jawaban	Nilai	Item Responden			JML	%
			1	2	3		
1	SS	4	20	21	35	76	40%
2	S	3	30	29	20	79	45%
3	KS	2	10	10	5	25	15%
4	TS	1	0	0	0	0	0%
JUMAH			60	60	60	180	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2018

Berdasarkan tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jawaban SS (Sangat Setuju) berjumlah 76 atau 40%, jawaban S (Setuju) dengan berjumlah 79 atau 45%, jawaban KS (Kurang Setuju) dengan berjumlah 25 atau 15%, sedangkan untuk jawaban TS (Tidak Setuju) tidak ada responden yang menjawab. Dengan demikian secara deskriptif, dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen Playground Café salah satunya dipengaruhi oleh faktor kualitas produk. Dimana jawaban setuju

sebanyak 45% menunjukkan bahwa kualitas produk yang dimiliki Playground Café dinilai baik. Hal ini didukung dengan persepsi konsumen mengenai kualitas produk Playground Café berupa penilaian baik terhadap cita rasa, tampilan produk dan variasi produk. Beberapa alasan yang diungkapkan oleh responden atas penilaian positif mengenai cita rasa adalah rasa makanan dan minuman yang disajikan cukup enak atau bisa dikatakan memiliki standar yang baik. Tampilan produk juga dipersepsikan positif oleh responden dimana mereka menilai bahwa tampilan produk yang mereka sajikan cukup menarik, konsumen bisa memilih dan mengambil langsung makanan yang disajikan. Untuk varian produk, banyak responden yang mengungkapkan bahwa produk yang dimiliki Playground Café cukup banyak yang tidak kalah dengan café yang lain, sehingga memudahkan konsumen memilih produk yang sesuai keinginan tanpa harus pindah ke tempat lain. Semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dirasakan.

➤ **Harga**

Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Dalam menetapkan harga mempunyai banyak pertimbangan sesuai keinginan dan kualitas produk yang diberikan, sehingga konsumen dapat merasa puas dengan apa yang di dapat. Jika biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan manfaat yang di dapat seperti kualitas produk yang buruk, akan

menyebabkan konsumen menjadi merasa tidak puas. Harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan manfaat dan dapat dijangkau, sehingga konsumen merasa puas. Untuk lebih jelasnya berikut ini hasil jawaban responden mengenai harga yang ditawarkan Playground Café .

Tabel 4.6

## Hasil Jawaban Responden Mengenai Harga

No	Alternative Jawaban	Nilai	Item Responden			JML	%
			1	2	3		
1	SS	4	35	30	24	89	53%
2	S	3	15	15	26	56	33%
3	KS	2	10	15	10	35	14%
4	TS	1	0	0	0	0	0 %
JUMAH			60	60	60	180	100%

Sumber : Data Olah Primer , 2018

Berdasarkan tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jawaban SS (Sangat Setuju) berjumlah 89 atau 53%, jawaban S (Setuju) berjumlah 56 atau 33%, jawaban KS (Kurang Setuju) dengan berjumlah 35 atau 14%, sedangkan untuk jawaban TS (Tidak Setuju) tidak ada responden yang menjawab. Dengan demikian secara deskriptif, harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground

Café. Dimana jawaban sangat setuju sebanyak 53% menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan bisa diterima konsumen. Hal ini didukung dengan persepsi konsumen yang berupa penilaian baik terhadap harga yang terjangkau, harga yang ditawarkan sesuai kualitas produk dan harga menjadi alasan konsumen kembali lagi. Beberapa alasan yang diungkapkan responden mengenai harga yang ditawarkan Playground Café terjangkau untuk semua kalangan konsumen. Kemudian harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, dimana harga yang cukup terjangkau dapat merasakan makanan dan minuman yang enak. Dari hal tersebut, menjadikan alasan bagi responden untuk kembali lagi ke Playground Café.

➤ **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan pelengkap komoditas yang juga mempengaruhi apakah produk tersebut layak dikonsumsi atau tidak. Sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen juga akan merasa mendapatkan manfaat yang semakin baik dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Tabel 4.7

## Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

No	Alternative Jawaban	Nilai	Item Responden			JML	%
			1	2	3		
1	SS	4	20	30	21	71	40%
2	S	3	29	20	30	79	47%
3	KS	2	11	10	9	30	13%
4	TS	1	0	0	0	0	0%
JUMAH			60	60	60	180	100%

Sumber: Data Primer Olah, 2018

Berdasarkan tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jawaban SS (Sangat Setuju) berjumlah 71 atau 40%, jawaban S (Setuju) dengan berjumlah 79 atau 47%, jawaban KS (Kurang Setuju) dengan berjumlah 30 atau 13%, sedangkan untuk jawaban TS (Tidak Setuju) tidak ada responden yang menjawab. Dengan demikian secara deskriptif, faktor kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café berdasarkan jawaban setuju paling tinggi sebesar 47%. Hal ini didukung dengan persepsi konsumen yang berupa penilaian baik terhadap ketanggapan pramusaji terhadap konsumen, etika pramusaji ketika memberikan pelayanan dan penampilan pramusaji ketika bekerja. Beberapa alasan yang diungkapkan responden mengenai ketanggapan

pramusaji adalah cepat dan konsumen tidak membutuhkan waktu lama dalam menunggu pesanan, selain itu pramusaji tanggap ketika konsumen membutuhkan sesuatu. Selain itu etika pramusaji ketika memberi pelayanan sangat ramah dan sopan dari awal masuk café sampai memilih tempat duduk sehingga konsumen merasa dilayani dengan baik. Untuk penampilan pramusaji, responden mengungkapkan bahwa pramusaji memiliki penampilan yang menarik, rapi dan bersih sehingga tidak merusak pemandangan konsumen.

➤ **Suasana Café**

Suasana café merupakan penciptaan suasana café yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga mempengaruhi suasana hati konsumen, yang pada akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan minat ulang dalam membeli. Suasana yang mendukung akan menciptakan kenyamanan tersendiri bagi konsumen ketika berada di suatu tempat. Melalui suasana café yang diciptakan untuk berupaya mengkomunikasikan informasi yang terkait kepada pelanggan dalam memberikan kesan dalam berbelanja dengan menonjolkan kualitas layanan sehingga dapat menciptakan kepuasan.

Suasana café sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen Playground Café. Hal ini karena suasana pada suatu tempat akan mempengaruhi suasana hati konsumen yang secara langsung mempengaruhi persepsi konsumen tentang kondisi tempat tersebut.

Tabel 4.8

## Hasil Jawaban Responden Mengenai Suasana

No	Alternative Jawaban	Nilai	Item Responden			JML	%
			1	2	3		
1	SS	4	33	30	39	102	61%
2	S	3	20	25	18	63	30%
3	KS	2	7	5	3	15	9%
4	TS	1	0	0	0	0	0 %
JUMAH			60	60	60	180	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jawaban SS (Sangat Setuju) berjumlah 102 atau 61%, jawaban S (Setuju) berjumlah 63 atau 30%, jawaban KS (Kurang Setuju) berjumlah 15 atau 9%, sedangkan untuk jawaban TS (Tidak Setuju) tidak ada responden yang menjawab. Dengan demikian secara deskriptif, faktor suasana café sangat mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café berdasarkan jawaban sangat setuju tertinggi sebesar 61%. Hal ini didukung dengan persepsi konsumen mengenai suasana yang dimiliki Playground Café yang berupa penilaian baik terhadap desain interior dan layout, pencahayaan dan live music. Beberapa alasan yang diungkapkan responden mengenai desain dan layout adalah desain bangunan yang

menarik dengan tampilan popart disetiap dinding cafe, kemudian memiliki 3 lantai outdoor sehingga konsumen bisa melihat pemandangan sekitar lingkungan café secara langsung. Ditambah dengan penataan layout yang rapi dan unik, dimana kursi dan meja menggunakan barang bekas yang didaur ulang dan diwarnai berbagai macam warna. Kesesuaian pencahayaan yang diciptakan memberikan kenyamanan bagi konsumen untuk mengobrol dan berkumpul bersama teman/keluarga. Untuk memberikan suasana yang tidak monoton, Playground Café menyediakan live music yang dapat dinikmati ketika berada di Playground Café. Tidak hanya itu, konsumen bisa secara langsung ikut bernyanyi tanpa syarat apapun.

➤ **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dengan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan kenyataan yang diterimanya. Jika konsumen merasa puas maka ia akan membeli ulang atau merekomendasikan kepada orang lain, sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas maka ia akan meninggalkan dan berpindah ke tempat lain. Begitu juga yang dilakukan oleh konsumen Playground Café, dalam setiap pembelian mereka mengevaluasi apakah yang mereka dapatkan sudah sesuai dengan yang mereka harapkan.

Tabel 4.9

## Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen

No	Alternative Jawaban	Nilai	Item Responden				JML	%
			1	2	3	4		
1	SS	4	17	30	24	35	106	60%
2	S	3	32	20	30	19	101	40%
3	KS	2	11	10	6	6	33	10%
4	TS	1	0	0	0	0	0	0%
JUMAH			60	60	60	60	240	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2018

Berdasarkan tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden dengan jawaban SS (Sangat Setuju) berjumlah 106 atau 60%, jawaban S (Setuju) berjumlah 101 atau 40%, jawaban KS (Kurang Setuju) berjumlah 33 atau 10%, sedangkan untuk jawaban TS (Tidak Setuju) tidak ada responden yang menjawab. Dengan demikian secara deskriptif, konsumen merasa puas dengan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana Playground Café berdasarkan jawaban sangat setuju tertinggi sebanyak 60%.

## C. PEMBAHASAN

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café di Yogyakarta. Faktor-faktor tersebut antara lain : kualitas produk, harga, kualitas pelayanan dan suasana café. Adapun uraian faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

### 1. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Cafe. Hal ini terbukti dengan hasil prosentase yang menunjukkan jawaban sangat setuju 40%, setuju 45%, kurang setuju 15% dan tidak setuju 0%. Produk makanan dan minuman Playground Café memiliki rasa yang enak atau bisa dikatakan memiliki standar yang baik. Meskipun makanan ala angkringan, Playground Café berupaya memberikan kualitas yang berbeda dengan tempat lain. Tidak hanya itu, tampilan yang menarik pada makanan dan minuman digunakan untuk menarik minat konsumen. Playground Café menggunakan system presmanan sehingga konsumen bisa secara langsung memilih produk makanan yang mereka inginkan. Ditambah dengan varian produk yang dimiliki Playground sangat variatif dan sebagian besar hanya bisa didapatkan di Playground Café saja. Hal ini akan memberikan kesan pada konsumen bahwa kualitas produk yang dimiliki Playground Café berbeda dengan tempat lain yang secara langsung akan memberikan kepuasan pada konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan suatu evaluasi paska pembelian yaitu dengan membandingkan harapan konsumen dengan kenyataan yang diterimanya. Jika produk yang dibeli konsumen memiliki kualitas yang bagus tentunya konsumen akan merasa puas dan sebaliknya, jika kualitas produk buruk konsumen akan tidak puas. Untuk selalu menjaga kepuasan konsumen maka Playground Café harus mampu mengetahui hal-hal yang menajadi harapan dari konsumen.

Kualitas produk Playground Café yang baik ternyata meningkatkan reputasi dari merek. Ini merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu produk yang memiliki merek. Perusahaan yang memiliki produk dengan merek yang baik akan secara otomatis berada di benak konsumen. Konsumen akan senantiasa melakukan segala cara untuk mendapatkan produk tersebut. Hal ini akan membawa dampak positif bagi meningkatnya profit jangka panjang bagi Playground Café.

## 2. **Harga**

Berdasarkan hasil penelitian, harga mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen Playground Café. Hal ini terbukti dengan hasil prosentase yang menunjukkan jawaban sangat setuju 53%, setuju 33%, kurang setuju 14% dan tidak setuju 0%. Hargamenjadi salah satu keunggulan bagi Playground Café. Hal ini dikarenakan banyak konsumen yang membeli produk Playground Café karena memiliki harga yang terjangkau untuk semua kalangan konsumen. Pelanggan

Playground Café merasa bahwa harga dari produk yang ditawarkan masih dapat dijangkau dan mempunyai berbagai macam alternative dalam pemilihan harga sesuai manfaatnya.

Produk yang memiliki mutu sama, tetapi menetapkan harga relative murah akan memberikan nilai lebih tinggi bagi konsumennya. Faktor harga merupakan salah satu faktor penting bagi konsumen untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya. Kalau harganya mahal pastinya kualitas produknya baik dan sebaliknya, kalau harganya murah maka produk yang dibeli biasanya kualitas tidak baik. Tapi tidak semua produk yang harganya murah memiliki kualitas produk yang tidak baik, mungkin itu adalah salah satu strategi perusahaan untuk menarik hati konsumen.

Playground Café menyadari bahwa salah satu faktor persaingan terpenting terletak pada unsur harga. Sehingga perusahaan berusaha menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Setiap orang jika membeli suatu produk pasti mempunyai pendapat yang berbeda tentang harga, hal ini dilihat dari sudut pandang seseorang satu berbeda dengan orang lain karena mempunyai daya beli yang berbeda. Sejalan dengan pendapat Munir (2005: 46), harga sebagai atribut dapat diartikan bahwa harga merupakan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi tiap konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan produk. Sehingga perusahaan harus benar-benar

memahami faktor harga dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, karena harga merupakan salah satu atribut penting yang dievaluasi oleh konsumen.

### **3. Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sedang terhadap kepuasan konsumen Playground Café. Hal ini terbukti dengan hasil prosentase yang menunjukkan jawaban sangat setuju sebesar 40%, setuju 47%, kurang setuju 13% dan tidak setuju 0%.

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan tentunya akan memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti café, kualitas pelayanan tentu saja mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka kepuasan konsumen juga akan meningkat.

Kualitas pelayanan yang dirasa kurang akan memberikan dampak yang tidak baik bagi perusahaan, akibatnya banyak konsumen yang akan berhenti membeli atau berpindah ke tempat lain. Namun apabila kualitas pelayanan sangat baik, maka harapan konsumen akan terpenuhi dan menciptakan kepuasan. Sejalan dengan pendapat Tjiptono(2000: 59) kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan menjadi

salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan terhadap pelanggan.

#### 4. Suasana

Berdasarkan hasil penelitian, suasana mempunyai pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen Playground Café. Hal ini terbukti dengan hasil prosentase yang menunjukkan jawaban sangat setuju sebesar 61%, setuju 30%, kurang setuju 9% dan tidak setuju 0%. Bagi perusahaan suasana tempat sangat mempengaruhi suasana hati seseorang sehingga Playground Café berupaya menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan agar konsumen merasa puas ketika berkunjung.

Suasana café adalah cerminan karakteristik secara fisik dari sebuah café yang digunakan untuk mengembangkan dan menciptakan *image* pada pelanggan. Bagi para pelanggan, suasana pada sebuah tempat akan memberikan ransangan yang akan mendukung selama berada di sana. Konsumen akan memilih tempat (café) yang memiliki suasana nyaman dan berbeda dengan tempat lain, yang tentunya dapat memberikan kepuasan bagi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa semakin nyaman suasana di Playground Café maka semakin mempengaruhi juga kepuasan konsumen yang dirasakan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Playground Café maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

1. Faktor kualitas produk, mempunyai pengaruh sedang berdasarkan jawaban responden setuju lebih banyak dari pada jawaban sangat setuju, kurang setuju dan tidak setuju.
2. Faktor harga, mempunyai pengaruh kuat berdasarkan jawaban responden sangat setuju lebih banyak dari pada jawaban setuju, kurang setuju dan tidak setuju.
3. Faktor kualitas pelayanan, mempunyai pengaruh sedang berdasarkan jawaban responden setuju lebih banyak dari pada jawaban sangat setuju, kurang setuju dan tidak setuju.
4. Faktor suasana, mempunyai pengaruh kuat berdasarkan jawaban responden sangat setuju lebih banyak dari pada jawaban setuju, kurang setuju dan tidak setuju.

## B. Saran

Adapun saran dari peneliti dari hasil penelitian yang sudah dilakukan di Playground Café adalah :

1. Perusahaan harus memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk agar konsumen menjadi lebih puas.
2. Perusahaan harus menjaga stabilitas harga agar bisa mencakup semua kalangan konsumen.
3. Perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan agar mendapat keunggulan yang kompetitif dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.
4. Perusahaan harus menjaga dan mempertahankan suasana yang tercipta agar konsumen merasa puas dan nyaman ketika berkunjung ke Playground Café.

STIE Widya Wiyaha  
Jangan Plagiat

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Fachruzi. (2012), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT Hasjrat Abadi di Makasar*, Skripsi yang dipublikasikan. Makasar: Fakultas Ekonomi. Universitas Hasanuddin Makasar. Diakses 15 Desember 2017.
- Basu Swastha dan Hani Handoko, (1987), *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Danim, Sudarwan, (2002), *Menjadi Peneliti Kualitatif*, Bandung: Pustaka Setia.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, (2014), *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta: GAVA MEDIA.
- Handayati, Ratna, (2016), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Pong-Pong Café Lamongan*, Skripsi yang dipublikasikan. Lamongan : Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Lamongan. Diakses 31 Januari 2018.
- Kotler, Philip, (1997), *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Mienium, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip, (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, (2008), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Liu, Vivianli, (2016), *Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen* (Studi kasus pada konsumen di Goeboex Coffee Yogyakarta), Skripsi yang dipublikasikan, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Darma. Diakses 1 Desember 2017.
- Lupiyoadi, Rambat, (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.
- Munir, Fuady, (2005), *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu, (2004), *Metodelogi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono, (2001), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, (2000), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy, (2001), *Manajemen Jasa* eds 2, Yogyakarta: Andi offset.

Tjiptono, Fandy, (2014), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi.

Utami, W. Christina, (2006), *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, Jakarta: Salemba Empat.

**STIE Widya Wiwaha**  
**Jangan Plagiat**