

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Tempat Terhadap Kepuasan
Pelanggan (Studi Kasus Cuscus Cafe Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh

**SOHIB
21501081321**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2020**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe Cus-Cus Malang. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen, sedangkan variabel bebasnya adalah Kualitas Layanan, Harga dan Tempat. Data dikumpulkan melalui metode kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden.

Hasil dari penelitian ini bersama-sama menyimpulkan bahwa ada Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan dari Cus-Cus Café Malang dan sebagian menyimpulkan bahwa ada Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Tempat pada Kepuasan Pelanggan dari Cus-Cus Cafe Malang

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Tempat dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Service Quality, Price and Place on Customer Satisfaction of Cus-Cus Café Malang. The variable used in this study is the customer satisfaction variable as the dependent variable, while the independent variable is Service Quality, Price and Place. Data were collected through a questionnaire method with a total sample of 92 respondents.

The results of this study together conclude that there are Effects of Service Quality, Price and Place on Customer Satisfaction of Cus-Cus Café Malang and partially conclude that there is Effect of Service Quality, Price and Place on Customer Satisfaction of Cus-Cus Cafe Malang.

Keywords: Service Quality, Price, Place, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Meningkatnya produk makanan yang beredar di pasar saat ini sudah sangat banyak dan tidak dapat dihindari lagi terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara pengusaha di bidang makanan dalam merebut kepercayaan konsumen yang lebih besar. Pengusaha di bisnis makanan berupaya untuk menarik dan mendapatkan konsumen yang banyak untuk meningkatkan laba sehingga dengan hal ini suatu produk makanan diharapkan dapat menjadi yang terdepan diantara produk-produk sejenisnya. Hal ini sangat penting karena keberhasilan usaha di bisnis makanan sangat ditentukan oleh pengusaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang sangat menentukan kepuasan konsumen (Bailia, *et al.* 2014).

Kota Malang sebagai salah satu kota yang berkembang dengan sangat baik dan dijuluki sebagai kota pelajar ini sangat berpotensi besar menjadi ladang uang bagi pengusaha dan pecinta usaha makanan kuliner utamanya untuk mengembangkan bisnis dikota ini. Dari usaha bentuk roti, baju dan makanan berat seperti tempat makan dan cafe yang beragam macam jenisnya menjamur dikota ini. Karena memang kebanyakan mahasiswa yang datang dari Sabang sampai Merauke dari dalam sampai luar negeri banyak yang berkedatangan ke kota Malang untuk menempuh pendidikan dan menjadi bagian dari mahasiswa kota malang yang lebih

dari 30.000 mahasiswa merantau dikota ini, menjadi salah satu peluang besar bagi para pecinta bisnis, dan bisnis resto dan cafe utamanya.

Karena kebanyakan mahasiswa yang hidup dikota Malang, dengan segudang aktivitas yang dijalannya dalam perkuliahan membuat banyak mahasiswa pening memikirkan segala kesibukannya, serta sifat mahasiswa yang mempunyai hobi nongkrong banyak mahasiswa yang memerlukan refreshing, kumpul organisasi, mengerjakan tugas bersama, akan berkumpul menjadi satu ke tempat cafe-cafe dan utamanya tersedianya wifi serta disediakanya live music yang semakin memikat mahasiswa untuk datang ke cafe. Ini menjadi salah satu peluang bisnis yang cukup menggiurkan tentunya. Oleh sebab itu tak sedikit pebisnis-pebisnis muda mendirikan resto dan cafe dikota Malang ini.

Sehubungan dengan perkembangan usaha resto dan cafe yang sangat pesat ini menuntut para pengusaha untuk menciptakan kreativitas dan beromba-lomba untuk menarik konsumen agar dapat datang ke cafe tempatnya dijadikan tempat favorit bagi mahasiswa, tentunya owner harus bisa membuat senyaman mungkin tempat tongkronganya. Berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dan memicu para pengusaha resto dan cafe untuk menetapkan orintasi kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya agar usahanya dapat bertahan karena konsumen yang loyal. Dengan banyaknya pesaing yang ada dalam bidang kuliner ini, setiap pengusaha berpacu untuk memperluas pasar dan membuka cabang dimana-mana untuk mendapat keuntungan yang lebih besar tentunya. Adanya perluasan pasar

ini diharapkan untuk meningkatkan tingkat penjualan sehingga akan mendapatkan banyak pelanggan.

Cus-Cus cafe Malang adalah salah satu tempat tongkrongan dihadirkan bagi mahasiswa terletak di Jln. Mulyoagung, Dau, Malang, yang menjadi daya tarik mahasiswa datang adalah diadakanya *live music* juga wifi yang lancar dan letak cafe strategis serta tempat untuk bercakap yang romansa hangat dan nyaman. Di hadirkannya Cus-Cus Cafe Malang dengan *food* dan *drink* yang menjadi andalan pelanggan.

Perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas pelanggan dan membina hubungan pelanggan dengan sukses. Ini berarti kualitas jasa (*service quality*) merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi (Christina, 2013). Sedangkan menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2005:121), kualitas pelayanan atau kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality*) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan. Dengan demikian baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara

konsisten. Dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Bila aspek tersebut dilupakan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan yang bersangkutan bisa kehilangan dan dijauhi calon konsumen.

Harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan pendapatan sedangkan elemen lain menimbulkan biaya. Harga merupakan salah satu elemen yang paling flexibel, harga dapat diubah dengan cepat.. Kotler (2011). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2007:439), harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Kotler (2003) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakannya. Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen dianggap sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan. Pendapat lain mengenai kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dan Chandra (2005) adalah penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan

konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under-fulfillment* dan *over-fulfillment*. Pelanggan yang secara langsung dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk menggunakan produk atau jasa dapat dikatakan bahwa mereka merasa puas akan produk atau jasa yang telah di berikan oleh perusahaan. Adanya perasaan yang lebih dirasakan ketika sesuatu hasrat atau keinginan yang diharapkannya tercapai.

Dari pemaparan di atas peneliti tertarik meneliti di sebuah cafe yang, yaitu cucus cafe. Cus-Cus Cafe Malang didirikan pada tahun 2017, dengan mengandalkan live music. Di buka di tempat yang ramai, yaitu terletak di Jl Darmo Kota Malang. manajemen Cus-Cus Cafe Malang mencoba untuk meberikan suatu cafe yang nyaman bagi para penggemar kopi. Dengan konsep kafe yang nyaman dan menyediakan minuman kopi berkualitas, Cus-Cus Cafe Malang mencoba menjaring pasar kalangan mahasiswa golongan menengah.

Dengan demikian penelitian lanjutan penting untuk dilakukan sehingga akan memperluas tinjauan mengenai Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan, berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-Cus Cafe malang?
- c. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-Cus Cafe Malang?
- d. Apakah Tempat berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-Cus Cafe Malang?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1. tujuan Penelitian

- a. Untuk Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Untuk menganalisis pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.
- d. Untuk mengalisis pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

a. Bagi perusahaan

Dari Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan pengusaha semakin berkembang lebih baik lagi dan dapat membangun sarana yang menjadi ciri khas Caffe tersebut serta dapat menjadi pertimbangan untuk membuka cabang baru ditempat lain.

b. Bagi pihak lain

Dalam hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan serta acuan bagi peneliti selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Secara simultan

Kualitas Pelayanan, Harga dan Tempat berpengaruh secara simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang.

b. Secara Parsial

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang.
2. Harga memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang.
3. Tempat memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan Cus-cus Cafe Malang.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu kualitas pelayanan, Harga, dan Tempat.
- b. Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini hanya menggunakan kuesioner sehingga simpulan yang dapat diambil hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner.

5.3 Saran

- a. Cus-Cus Cafe Malang diharapkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yaitu agar para konsumen nyaman ketika berada di cus-cus cafe malang.
- b. Diharapkan Cus-cus Cafe Malang dapat menyesuaikan Harga yang sudah dimilikinya saat ini dengan para pesaing dan konsumen agar lebih kompetitif. Dengan Harga yang baik maka Konsumen akan puas saat pergi ke cus-cus cafe malang.
- c. Cus-Cus Cafe Malang di harapkan lebih meningkatkan pengenelahan tempay/lokasi kepada para konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, Oldy, 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang).
- Christina, 2013. *“Manajemen Ritel”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hurriyati, R. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta. Bandung.
- J. Supranto. 2006. *“Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar”*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Kotler dan Armstrong, G. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 11. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kotler, Amstrong. 2007. *“Dasar-dasar Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia”*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *‘Prinsip-prinsip Pemasaran’*. Edisi 13 jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Erlangga.
- Kottler, P., & Keller, K. L. 2009. *‘Marketing Management’*. 13th Ed. New Jersey: Upper Saddle River.
- M.Guntur, Effendi, 2010, *“Transformasi Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Sagung setto.
- Maulana, Suryoko,dan Prabawani. 2015. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening”*.
- Philip Kotler, 2005. *“Manajemen Pemasaran”*. Jilid I dan II. PT. Indeks, Jakarta.
- Phillip Kotler, 2008. *“Marketing an Introduction (Eight Edition), Pearson Prentice Hall, New Jersey”*.
- Saladin, Djaslim. 2011. *“Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab”*. Bandung : CV. Linda Karya.
- Sugiyono. 2012. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.

- Tjiptono . 2004. “Strategi pemasaran”. Malang: Bayu media Publishing
- Tjiptono . 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. Bumi Aksara. Yogyakarta
- Tjiptono. 2006. “*Manajemen Jasa*”. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. “Service Quality Satisfaction”. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, 2002 ,”Manajemen Jasa”, Penerbit Andi Yogyakarta Majalah Info Bisnis, Edisi Maret. Tahun keVI-2002.
- Tjiptono, dan G. Chandra. 2005. “Service, Quality, & Satisfaction”. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono. 2004. “Manajemen Jasa. Edisi Pertama’. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono. 2006. “Pemasaran Jasa. Edisi Pertama”. Yogyakarta : Penerbit Bayumedia Publishing.