# ARTIKEL

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE RIZKY

**Oleh:**

**BIMA RAHMA DHANI**

**13.1.02.02.0050**

**Dibimbing oleh :**

1. **Dr. SAMARI, H., M.M**
2. **ZULISTIANI, S.Pd.,M.M**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**TAHUN 2017**

# SURAT PERNYATAAN
# ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

**Yang bertanda tangan di bawah ini:**

| | |
|---|---|
| Nama Lengkap | : Bima Rahma Dhani |
| NPM | : 13.1.02.02.0050 |
| Telepun/HP | : 081333987506 |
| Alamat Surel (Email) | : bimasindhap@gmail.com |
| Judul Artikel | : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer, Dan Lokas Terhadap Kepuasan Cafe Rizky |
| Fakultas – Program Studi | : Ekonomi-Manajemen |
| Nama Perguruan Tinggi | : Universitas Nusantara PGRI Kediri |
| Alamat Perguruan Tinggi | : Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Mojoroto, Kota K Jawa Timur 64112, Indonesia |

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (~~bersama tim penulis~~) dai bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I d

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudiar ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri, 04 Agusutu |
|---|---|---|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, |
| Dr. SAMARI, H., M.M | ZULISTIANI, S.Pd., M.M | Bima Rahma Dhani |
| NIDN. 0712026201 | NIDN. 0711118603 | NPM. 13.1.02.02.0( |

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, ATMOSFER, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE RIZKY

Bima Rahma Dhani
13.1.02.02.0050
Ekonomi - Manajemen
bimasindhap@gmail.com
Dr. Samari, H., M.M danZulistiani, S.Pd.,M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

## ABSTRAK

Pesaing yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk semakin memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan diperoleh masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepusasan bagi konsumennya

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan,,atmosfer, dan lokasi baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data membagikan kuesioner kepada responden.Adapun sampel terpilih sebanyak 50 orang.Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Berdasarkan dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : (1) nilai t hitung 2,825> t table 1,679 dan nilai sig. 0,007< 0,05 yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. Maka kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) nilai t hitung 2,251> t table 1,679 dan nilai sig. 0,029< 0,05 yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_2$ diterima. Maka atmosfer secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) nilai t hitung 8,143> t table 1,679 dan nilai sig. sebesar 0,000< 0,05 yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_3$ diterima. Maka lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) nilai F hitung 29,635>F tabel 2,807 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 yang artinya $H_0$ ditolak dan $H_4$ diterima. Sehingga secara simultan kualits pelayanan, atmosfer, dan lokasi, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, maka implikasi praktis yang dapat dilakukan oleh pemilik cafe terkait dengan hasil penelitian ini adalah kualitas pelayananm, atmosfer, dan lokasi pada cafe rizkysudah cukup baik.Namun, sejalan dengan semakin meningkatnya tuntutan masyarakat terhadap produk yang sesuai kebutuhan konsumen dan dapat bersaing dengan produsen lain, maka untuk meningkatkan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, atmosfer, dan lokasi perlu ditingkatkan lebih baik lagi.

**KATA KUNCI :harga, atmosfer,lokasi, kepuasan konsumen**

## I. LATAR BELAKANG

Pada pasar bebas sekarang ini, yang ditandai dengan pekembangan kegiatan ekonomi dan kemajuan di segala bidang memunculkan pesaing di dunia bisnis.Pesaing di dunia bisnis saat ini semakin bertambah ketat.Pesaing yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk semakin memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan konsumen, maka akan diperoleh masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepusasan bagi konsumennya. Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama.Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan konsumen.Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk danjasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Kotler dan Armstrong, 2008:129).

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis cafe.Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan semakin banyaknya cafe-cafe yang bermunculan di kecamatan Ngasem, Kediri. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun beraneka ragam, dengan begitu akan menjadi ciri dan keunggulan tersendiri bagi setiap cafe. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola cafe untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan cafe-cafe lain. Demikian juga halnya pada Cafe Rizky, dimana salah satu cafe di kecamatan Ngasem, Kediri memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda di banding dengan cafe lainnya.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, pemilik harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen setelah melakukan transaksi di Cafe Rizky.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul

**"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Atmosfer Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Rizky".**

## II. METODE

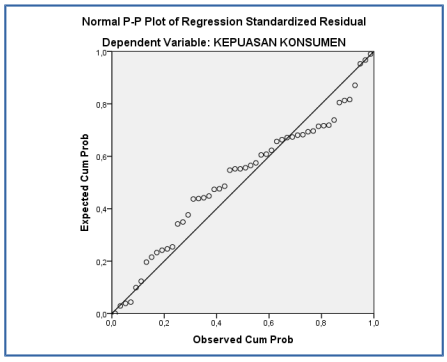
Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.(Watson, dalam Denim 2002) mengemukakan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan salah satu pencarian ilmiah yang didasari oleh filsafat positivisme logikal yang beroperasi dengan aturan-aturan yang ketat mengenai logika, kebenaran, hukum-hukum dan prediksi. Analisis peneliti menggunakan pendekatan ini adalah data yang akan di analisi dalam penelitian ini berbentuk angka. Dan untuk memudahkan dalam menganalisis maka peneliti menggunakan analisis SPSS versi 23 (*Statistical Package Of Social Science*).

Teknik penelitian ini berupa penelitian survei, yaitu penelitian dengan cara mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner. Dalam hal ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ($X_1$), atmosfer ($X_2$), dan lokasi ($X_3$) terhadapkepuasan konsumen Cafe Rizky (Y).

## III. HASIL DAN KESIMPULAN

### A. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji variabel dpendent dan variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.Produk regresi yang baik adalah data distribusi yang normal atau mendekati normal.Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji Normalitas dapat dilihat dari gambar 4.1 sebagai berikut ini :

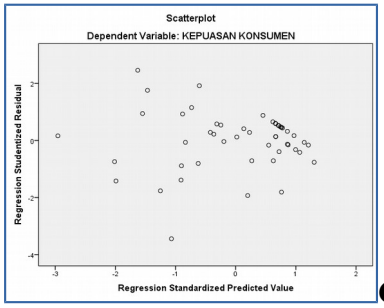



**Gambar 4.1**
**Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan SPSS for Windows versi 23.0 diatas, maka dapat diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

### B. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak ada kesamaan deviasi standar niali variabel dependen pada setiap variabel independen.Suatu hasil regresi sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan : Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar 4.2 sebagai berikut :




**Gambar 4.2**

**Hasil Uji**

**Hetrokesdastisitas**

## C. Uji Hipotesis

1. **Pengaruh kualitas pelayanan terhadapkepuasan Konsumen.**

   Hasilpengujiankualitaspelayanan$T_{hitung}$ = 2,825, dimana2,825>$T_{tabel}$ 1,679 dannilaisignifikan 0,007 < 0,05, Sehinggamembuktikanbahwakualitas pelayanan memilikipengaruhsignifikanterhadapkepuasankonsumen.

2. **Pengaruhatmosferterhadapkepuasan Konsumen**

   Hasilpengujiandarianalisisatmosfer$T_{hitung}$ = 2,5251, dimana2,5251>$T_{tabel}$ 1,679 dannilaisignifikan 0,029 < 0,05, Sehinggamembuktikanbahwaatmosfermemilikipengaruhsignifikanterhadapkepuasankonsumen.

3. **Pengaruhlokasiterhadapkepuasankkonsumen**

   Hasilpengujiandarianalisislokasi$T_{hitung}$ = 8,143, dimana8,143 >$T_{tabel}$ 1,679 dannilaisignifikan 0,000 < 0,05,Sehingga membuktikanbahwalokasimemilikipengaruhsignifikanterhadapkepuasankonsumen.

4. **PengaruhKualitas**

**Pelayanan, Atmosfer, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Dari hasil uji simultan pada tabel anova didapatkan bahwa $F_{hitung}$29,635>$F_{tabel}$= 2,807dan nilaisignifikan 0,000 < 0,05 ,artinyasecarabersama-samavariabelkualitaspelayanan, atmosfer, danlokasimemilikipengaruhpositifsignifikanterhadapkepuasankonsumen.

## D. Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Rizky, dimana X1 kualitas pelayanan $T_{hitung}$ = 2,825> $T_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan 0,007 < 0,05.
2. Atmosfer mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Rizky, dimana $T_{hitung}$ 2,5251> $T_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan 0,029 < 0,05.
3. Lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Cafe Rizky, dimana lokasi $T_{hitung}$ = 8,143> $T_{tabel}$ 1,679 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.
4. Berdasarkananalisissecarasimultanmembuktikanbahwa variabel kualitas pelayanan, atmosfer, dan lokasi berpengaruhpositif dan signifikan terhadapkepuasan konsumen, dimana $F_{hitung}$ 29,635> $F_{tabel}$ = 2,807dan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

## IV. DAFTAR PUSTAKA

*Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Pada Kafe Kolong Jember)*. Skripsi. Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.

Ardhana, O. 2010.*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan Pelanggan*. Universitas Dipenegoro. Semarang

Arikunto, s. 2010.*Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitianuntuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Ayse, 2007.*An evaluation on fast food preferences according to gender humanity and social science journal*, Vol.2 Hal 43-50

Azwar, S. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*.Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset

Basu, Swasta dan Hani Handoko, 2010, *Manajemen*

*Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.

Christina Widhya Utami. 2010. *Manajemen Rite*l. Jakarta: Salemba Empat

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi Peneliti kualitatif*.Bandung : Pustaka Setia

EmpatLevy & Weitz, 2007.*Retailing Management, 4thedition*. New York: Mc.Graw Hill, Irwin

Euis Heryati, 2015, *Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Indomart Cabang Sumber Cirebon.*

Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial.*Yogyakarta : Erlangga. Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.

Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2*.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas,

Levy & Weitz, 2001. *Retailing Management*, 4th edition. New York: Mc.Graw Hill, Irwin.

Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat

Masrul dan Korneli, 2017, *Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen*, JOM FISIP Vol. 4 No. 2.

Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua.

Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, A.V., (1988), "*SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality",* Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, Spring, 12-40.

Prabowo, 2015, *Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*

Sekaran, Uma, 2000, *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*; third.

Sirojuzilam, 2006, *Teori Lokasi*, Medan, USU Press.

Sriyadi.1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Press

Sriyadi.1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP Press.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Suprapto, Johanes, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta.2001

Supriyanto, Ahmad Sani, dan Masyhuri Machfudz, 2010, *Metodologi Riset Sumber Daya Manusia*, Malang: UIN Maliki Press.

Swastha,Basu. 2010.*Manajemen Penjualan: Pelaksanaan Penjualan,* BPFE-Yogyakarta

Tjiptono ,Fandy, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta 2000

Utami, Christina Widhya. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba

Wilson, Aubrey, 1982, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Pustaka Binaman Pressindo.

Zeithami, Valerie A, (1988), "*Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means End Model and Synthesis of Evidence*," Journal of Marketing, Vol 52 July.