

**PENGARUH SUASANA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI WARKOP NAIK KELAS
GRAND WISATA**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

SEPTIRA CAHYA BARKAH
NIM: 2412008071



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH SUASANA DAN KULITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI WARKOP NAIK KELAS
GRAND WISATA**

Oleh:

Nama : SEPTIRA CAHYA BARKAH
NIM : 2412008071
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 06 Agustus 2024

Dosen Pembimbing

Aldi Friyatna Dira, SE, MM

Menyetujui,
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid., MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH SUASANA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI WARKOP NAIK KELAS
GRAND WISATA**

Oleh:

Nama : SEPTIRA CAHYA BARKAH
NIM : 2412008071
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 06 Agustus 2024
Waktu : 09.30 s/d 10.30 WIB

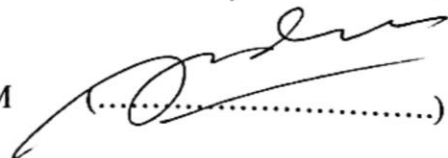
DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Dr. Rizal Bakti, SE, MM

()

Anggota : Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM

()

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SEPTIRA CAHYA BARKAH
NIM : 2412008071
Program Studi : Manajemen
Nomor KTP : 3216085309020008
Alamat : Kp. Telajung RT 002/RW 008
Kecamatan Cikarang Barat Kabupaten Bekasi

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, megalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggungjawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 06 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAN', and 'TEMPER'. A serial number 'EB8FFALX238407364' is visible at the bottom of the stamp.

SEPTIRA CAHYA BARKAH

ABSTRAK

SEPTIRA CAHYA BARKAH. 2412008071. Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata.

Tingginya permintaan terhadap kopi memicu minat para pengusaha untuk membuka usaha kedai kopi atau *coffee shop*, karena mengkonsumsi minuman seperti kopi sudah menjadi salah satu kebutuhan hidup masyarakat saat ini. Membuat bisnis berkonsep kafe mulai menjamur di Grand Wisata, Bekasi. Bahkan, ada juga yang memiliki konsep terpusat hingga menggunakan sistem waralaba/*franchise*. Kafe yang sudah lama berdiri maupun yang baru berdiri mereka berusaha memperkenalkan atau menawarkan menu-menu baru dengan suasana dan pelayanan yang baik, agar dapat diterima dengan baik oleh pembeli atau konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 98 responden dan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil uji regresi menunjukkan 78,8% faktor kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh suasana dan kualitas pelayanan dan sisanya 21,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel suasana dan kualitas pelayanan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan hasil analisis $F_{hitung} (181.515) > F_{tabel} (3.091)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel suasana menunjukkan hasil analisis (5,686) dan variabel kualitas pelayanan menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (2,471)$ dimana $t_{tabel} (1,661)$ berarti secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan. Variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata adalah Suasana sebesar 63,3%.

Kata kunci : suasana, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

SEPTIRA CAHYA BARKAH. 2412008071. *The Influence of Atmosphere and Service Quality on Consumer Satisfaction at Warkop Naik Class Grand Wisata.*

The high demand for coffee has sparked interest among entrepreneurs in opening coffee shops, because the consumption of drinks such as coffee has become one of the necessities of life in modern society. Creating a café concept business is starting to mushroom in Grand Wisata, Bekasi. There are even those that have a centralized concept and even use a franchise system. Café that have been established for a long time and those that have just been established are trying to introduce or offer new menus with good atmosphere and service, so that they can be well received by buyers or consumers.

This research aims to determine and analyze the influence of atmosphere and service quality on consumer satisfaction at Warkop Naik Kelas Grand Wisata. This research uses a quantitative method with a sample of 98 respondents and uses a purposive sampling technique. The data analysis technique used in this research uses multiple regression analysis with questionnaire data collection.

The results of the regression test show that 78,8% of consumer satisfaction factors can be explained by the atmosphere and service quality, and the remaining 21,2% is explained by other factors not examined in this research. The results of the F test show that the atmosphere and service quality variables have a positive and significant effect on consumer satisfaction with the analysis results of Fcount (181.515) > Ftable (3.091). The results of the t test show that the atmosphere variable shows analysis results (5.686) and the service quality variable shows tcount analysis results (2.471) where ttable (1.661) means that partially both variables have a positive and significant effect. The dominant variable influencing customer satisfaction at Warkop Naik Class Grand Wisata is the atmosphere at 63,3%.

Keywords: atmosphere, service quality, consumer satisfaction.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut Nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kita panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya. Yang telah melimpahkan rahmat hidayah dan inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah yang ditulis dalam bentuk skripsi ini dapat penulis selesaikan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga sampai kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, kepada seluruh keluarganya, kepada para sahabat, serta kepada umatnya.

Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penelitian dengan judul “Pengaruh Suasana dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Warkop Naik Kelas Grand Wisata ” ini dilakukan karena penulis melihat semakin meningkatnya minat masyarakat untuk berkumpul di kedai kopi.

Dalam proses penulisan skripsi, tentunya penulis mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak yang telah berjasa memberikan dukungan maupun materil, yaitu kepada:

1. Mildy Rifai, SE selaku ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, MS selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Henky Hendrawan, MM, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Aldi Friyatna Dira, SE, MM selaku Pimpinan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI sekaligus sebagai Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal Penulis selesai.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Para Staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
7. Bapak Yadi selaku Owner Warkop Naik Kelas Grand Wisata yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

8. Arif Kurniawan sebagai kepala toko Warkop Naik Kelas Grand Wisata yang sudah sabar membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Alm. Nenek Ruiyah yang merupakan nenek dari penulis yang selama masa hidupnya selalu percaya dan mendoakan penulis hingga mendapatkan pencapaian ini.
10. Ayahanda Abdul Naman serta Ibunda Nurnainingsih terima kasih memberikan cinta, kasih sayang, doa dan pengorbanan yang selalu mengiri setiap langkah ananda untuk menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih telah mengantarkan ananda sampai di titik ini, sampai mendapat gelar sarjanaku. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian sampai melihatku berhasil dengan keputusanku sendiri. Hiduplah lebih lama.
11. Abang Akim, Yusuf, Fahrul, Kakak Ipar Lisna, Desi, Warna terimakasih telah memberikan doa, mendukung, membimbing dan tidak lupa untuk Keponakan Agies, Fiekhan, Akrima, Rizal, Syam, dan Gio menghibur dan memberi semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
12. Umu dan Maelinda yang sangat antusias untuk membantu dan memotivasi Penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. Septira Cahya Barkah, terima kasih telah berjuang dan mampu berusaha sejauh ini sehingga dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
14. Para rekan mahasiswa yang telah membantu pembuatan penulisan skripsi khususnya teman seperbimbingan dan teman-teman Prodi Manajemen 2020.

Penulis memahami bahwa sebagai manusia biasa penulisan karya ilmiah ini memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu Penulis terbuka untuk menerima kritikan dan saran-saran yang bersifat membangun, karena Penulis menyadari sebagai mahasiswa yang masih harus belajar tentunya tidak terlepas dari kekurangan dan kesalahan. Besar harapan Penulis mudah-mudahan dengan selesainya penulisan karya ilmiah ini akan bermanfaat bagi para pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Bekasi, 18 Juli 2024

Penulis,



SEPTIRA CAHYA BARKAH

NIM : 2412008071

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG.....	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Masalah	1
1. 2 Identifikasi Masalah	7
1. 3 Pembatasan Masalah.....	7
1. 4 Rumusan Masalah	7
1. 5 Tujuan Penelitian.....	8
1. 6 Manfaat Penelitian.....	8
1. 7 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Suasana.....	10
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.3. Kepuasan Konsumen.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Konseptual.....	19
2.4. Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1. Tempat dan Waktu penelitian	22
3.2. Jenis Penelitian.....	22
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.3.1. Populasi	22
3.3.2. Sampel.....	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5.1. Variabel Bebas.....	25
3.5.2. Variabel terikat.....	26

3.6. Teknik Analisis Data	28
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran	28
3.6.2. Persamaan Regresi	28
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	29
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	31
3.6.5. Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1. Hasil Penelitian.....	34
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	34
4.1.2. Visi dan Misi Warkop Naik Kelas Grand Wisata	35
4.1.3. Struktur Organisasi Warkop Naik Kelas Grand Wisata	35
4.1.4. Tugas dan Wewenang Warkop Naik Kelas Grand Wisata.....	36
4.1.5. Karakteristik Responden	36
4.1.6. Tanggapan Responden	38
1. Suasana (X_1)	38
2. Kualitas Pelayanan (X_2)	40
3. Kepuasan konsumen (Y)	41
4.1.7. Hasil Uji Kualitas Data.....	43
1. Uji Validitas.....	43
2. Uji Reliabilitas	44
4.1.8. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolinieritas.....	47
3. Uji Heteroskedastisitas	47
4.1.9. Uji Hipotesis	48
1. Persamaan Regresi Linier Berganda	48
2. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	49
3. Koefesien Determinasi	49
4. Hasil Uji t (Uji Parsial)	50
4.2. Pembahasan.....	52
BAB V SIMPULAN DA SARAN	54
5.1. Simpulan	54
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Kafe yang Banyak Diminati Di Grand Wisata.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Suasana	39
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	40
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Kepuasan konsumen	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda	48
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	49
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.13 Pengaruh Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen	50
Tabel 4.14 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Warkop Naik Kelas Grand Wisata.....	4
Gambar 1.2 Suasana Yang Disajikan Oleh Warkop Naik Kelas Grand Wisata	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	20
Gambar 4.1 Logo Warkop Naik Kelas	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Warkop Naik Kelas.....	35
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-P Plot Regression	46
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Penelitian	58
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 3 Tabulasi Data	62
Lampiran 4 Hasil Output SPSS	64
Lampiran 5 Kartu Bimbingan.....	70
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	71
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	72
Lampiran 8 Tabel r, F dan t.....	73