

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, HARGA dan
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI TITIK KUMPUL COFFEE AND EATERY SURABAYA**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Prasyarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

VINCENTIUSBAGUSDWICAHYO

14110020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, HARGA dan
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI TITIK KUMPUL COFFEE AND EATERY SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

VINCENTIUSBAGUSDWICAHYO

14110020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

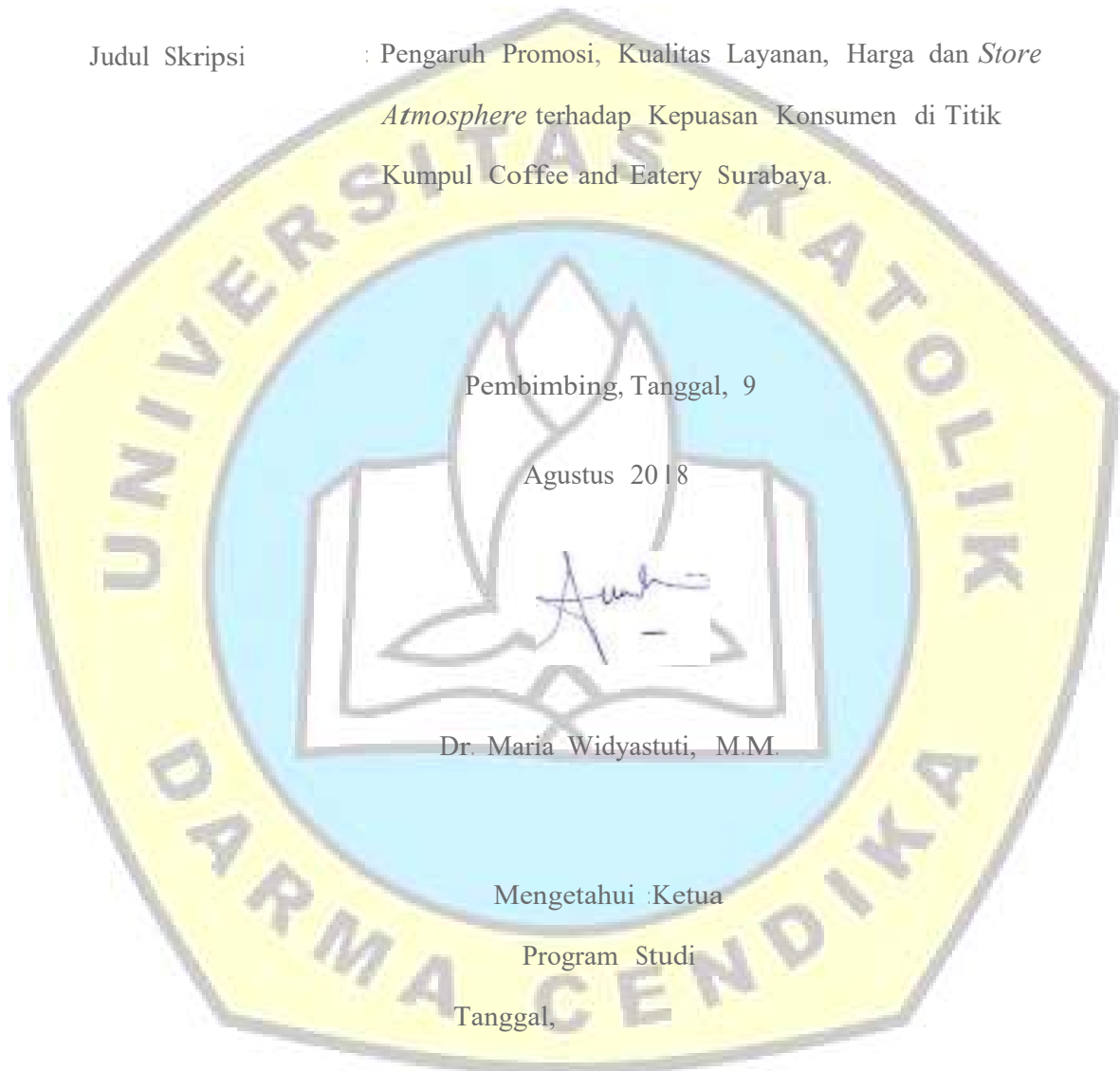
Nama : Vincentius Bagus Dwi Cahyo

NPM : 14110020

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen di Titik Kumpul Coffee and Eatery Surabaya.



Pembimbing, Tanggal, 9

Agustus 2018

Dr. Maria Widyastuti, M.M.

Mengetahui :Ketua

Program Studi

Tanggal,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lilik Indrawati'.

Lilik Indrawati, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Vincentius Bagus Dwi Cahyo dengan NPM 14110020

Telah diuji pada 30 Juli 2018

Dinyatakan LULUS oleh:

Ketua Tim Penguji



V. Ratna Inggavati, S.E., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



Thyopolda W.S.P., M.M

Ketua Program Studi,



Lilik Indrawati, S.E., M.M.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul skripsi "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TITIK
KUMPUL COFFEE AND EATERY SURABAYA"

Telah Diuji Dan Dipertahankan Dihadapan

Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika
Jurusan Manajemen

Pada Hari _____, Tanggal _____

Disusun oleh:

Nama : VINCENTIUS BAGUS DWI CAHYO

NPM : 14110020


Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN

Tim Penguji

Nama

1. V. Ratna Inggawati, S.E., M.M. (Ketua)
2. Bruno Hami Pahar, M.M. (Penguji I)
3. Dr. Maria Widyastuti, M.M. (Pembimbing)



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vincentius Bagus Dwi Cahyo

NPM : 14110020

Fakultas / Prodi : Ekonomi / Manajemen

Alamat asli : Jl.Adityawarman 1/1

No Identitas (KTP/SIM) : 3578040503960006

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TITIK KUMPUL *COFFE AND EATERY* SURABAYA.

Adalah merupakan hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan baik secara keseluruhan maupun sebagian dalam bentuk jurnal, working paper atau bentuk lain yang dipublikasikan secara umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika termasuk pencabutan gelar keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integritas.

Surabaya, 8 Agustus

Hormat saya,



(Vincentius Bagus Dwi C.)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Harga, dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi (S.E) program strata satu (S-1) pada Jurusan Manajemen Perhotelan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari banyak kendala. Kendala tersebut dapat diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Thyopoida W.S.P, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Lilik Indrawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
4. Ibu Dr. Maria Widyastuti, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam membantu saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Ibu Citra Anggraini Tresyanto, S.E., M.M., selaku Dosen Wali pada tahun akademik 2014/2015 yang telah banyak membantu dalam perwalian setiap semester.
6. Ibu V. Ratna Inggawati, S.E., M.M., selaku dosen penguji 1 (satu) yang telah banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi.
7. Bapak Bruno Hami Pahar, M.M., selaku dosen penguji 2 (dua) yang juga telah banyak membantu memberikan masukan di dalam perbaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah memberikan banyak pengetahuan dan pengajaran selama saya menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
9. Bapak dan Ibu staff dan karyawan Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya yang telah banyak membantu saya selama menjadi mahasiswa di Universitas Katolik Darma Cendika.
10. Romo Andrei, yang telah memberikan banyak kepercayaan dan kesempatan kepada saya untuk berkuliah dengan bantuan Beasiswa Dominikan.
11. Pengurus Misereor APTIK, yang telah memberikan banyak kepercayaan dan kesempatan kepada saya untuk dapat berkuliah dengan bantuan Beasiswa Misereor APTIK.
12. Bapak dan Ibu pendamping Beasiswa Dominikan-APTIK yang telah banyak memberikan banyak pelatihan, doa dan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Kedua Orang tua tercinta yang selalu mendoakan serta mendukung saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
14. Tante dan Saudara saya Fransisca Tika yang selalu mendoakan serta mendukung saya dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
15. Sahabat saya Patricia Prabawati, Kurnia Chris, Yizhar Bechamel, Debby Natalia, Valerie Jovita, Yuvensia Amita, Ignasius Steven, Arwin Jacobus, Peter Sandy, Zita Ayu, Natalia Arindi, Rafael Nareswara, Laurensia Dilawati, Gervasius Adi, Stefanus Ronaldo, Agatha Rosalia, Rosalia Ayu, Silvanus Regianto, Angelina Pisca, Monica Silvya, Faustina Gema, Simon Andrian, UKM Seni Rupa UKDC, dan teman-teman lain yang telah banyak membantu doa serta memberi semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknik, dan Fakultas Hukum Angkatan 2014 yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan perkuliahan di Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.

Penulis telah berusaha dalam menyusun skripsi ini, namun karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan, serta pengalaman maka penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 25 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Promosi	5
2.1.1.1 Definisi Promosi	5
2.1.1.2 Tujuan Promosi	6
2.1.1.3 Bauran Promosi.....	6
2.1.2 Kualitas Pelayanan	8
2.1.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan	8
2.1.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	8

2.1.3 Harga	9
2.1.3.1 Definisi Harga	9
2.1.3.2 Orientasi Penetapan Harga	10
2.1.3.3 Tujuan Penetapan Harga	10
2.1.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	11
2.1.3.5 Indikator Harga	12
2.1.4 <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.4.1 Definisi <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.4.2 Elemen <i>Store Atmosphere</i>	13
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.5.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.5.2 Ciri-ciri Pelanggan yang Puas.....	15
2.1.6 Pengertian Restoran	16
2.1.6.1 Definisi Restoran.....	16
2.1.6.2 Jenis-jenis Restoran.....	16
2.1.7 Pengertian Café	18
2.1.7.1 Definisi Café	18
2.1.8 Pengaruh Antar Variabel.....	18
2.1.8.1 Pengaruh antara Promosi terhadap Kepuasan Konsumen....	18
2.1.8.2 Pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.1.8.3 Pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen	19
2.1.8.4 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen	20
2.2 Penelitian Terdahulu	20

2.2.1 Penelitian Terdahulu I.....	20
2.2.2 PenelitianTerdahulu II.....	21
2.3 Rerangka Pemikiran	23
2.4 Rerangka Konseptual	24
2.5 Hipotesis Penelitian.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	26
3.2 Pendekatan Penelitian dan Sumber Data.....	26
3.2.1 Pendekatan Penelitian	26
3.2.2 Sumber Data	26
3.3 Variabel Penelitian	27
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.7.1 Uji Validitas	34
3.7.2 Uji Reabilitas.....	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	36
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	36
a) Uji Normalitas.....	36
b) Uji Heteroskedastisitas	37

c) Uji Multikolinearitas	38
3.8.2 Uji Regresi Berganda	38
3.8.3 Uji Koefisien Determinasi	39
3.8.4 Uji t	40

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	42
4.1.2 Struktur Organisasi	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1 Karakteristik Responden	43
4.3 Pembahasan dan Analisis Data	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Multikolinearitas	50
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.5 Teknik Analisis	52
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.5.2 Koefisien Determinasi	54
4.5.3 Uji Hipotesis (Uji t)	55
4.6 Pembahasan	60

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan62

5.2 Saran.....64

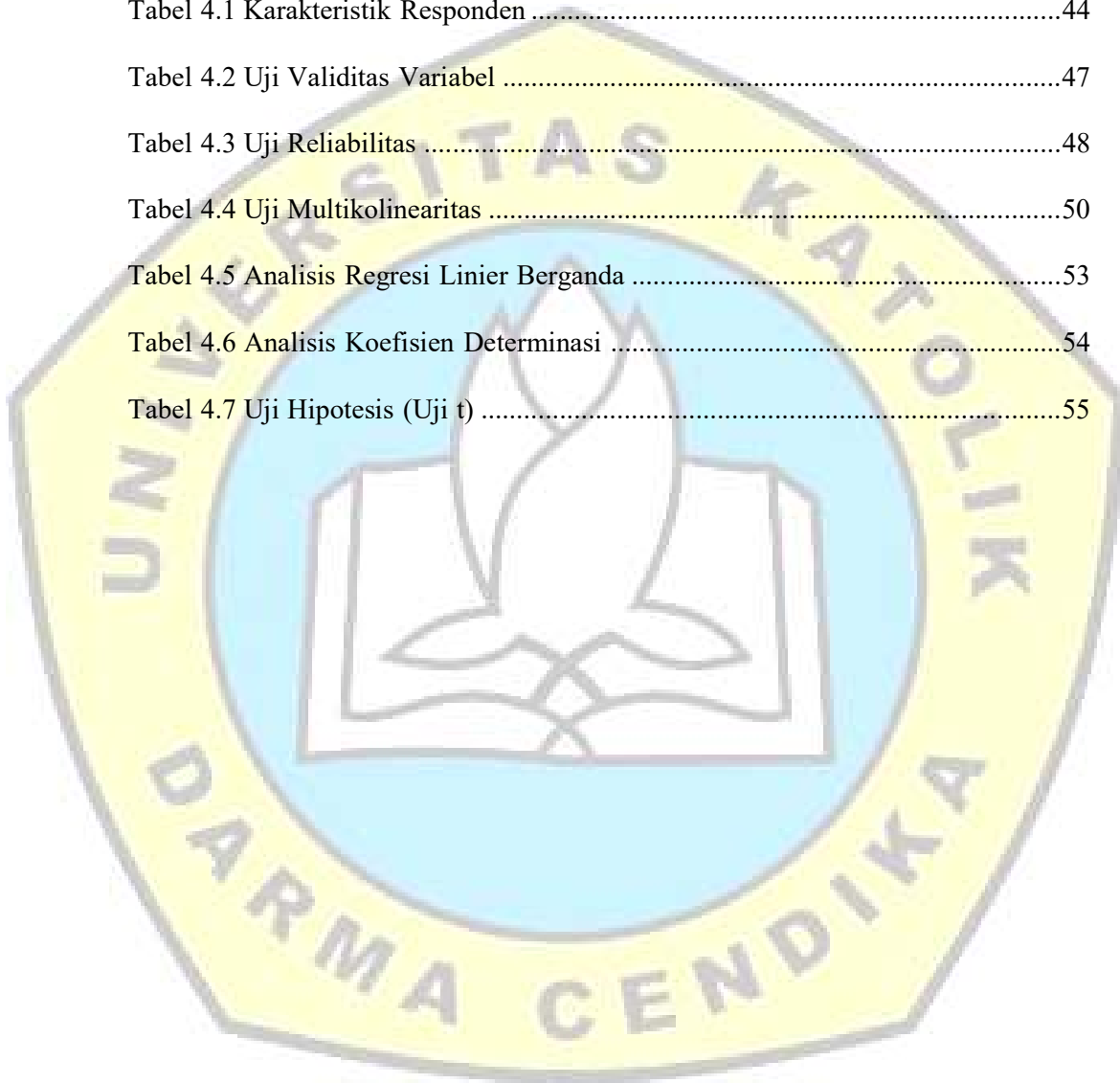
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



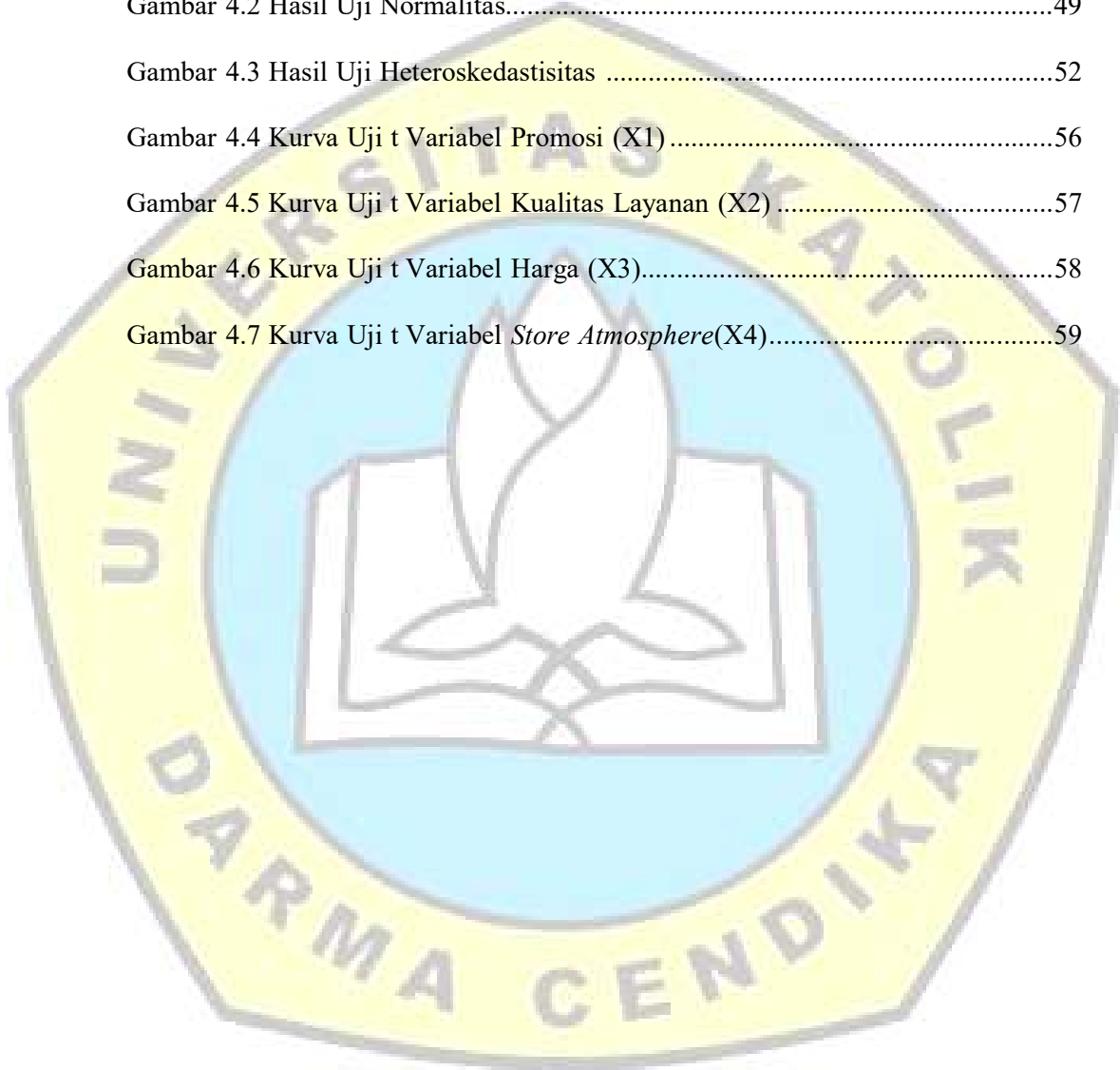
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Restoran/Rumah Makan di Kota Surabaya Th.2013-2016 ..2	
Tabel 3.1 Skala Likert	34
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	44
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel	47
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.6 Analisis Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.7 Uji Hipotesis (Uji t)	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran	23
Gambar 2.4 Rerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	49
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Gambar 4.4 Kurva Uji t Variabel Promosi (X1).....	56
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Kualitas Layanan (X2).....	57
Gambar 4.6 Kurva Uji t Variabel Harga (X3).....	58
Gambar 4.7 Kurva Uji t Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X4).....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian Lampiran 2

: Data Rekapitulasi Kuesioner Lampiran 3 :

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Lampiran 4 :

Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5 : Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 6 : Tabel r

Lampiran 7 : Tabel t



ABSTRAK

Oleh :

Vincentius Bagus Dwi Cahyo

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel bebas yang digunakan dalam penelitian, yaitu promosi, kualitas layanan, harga, dan *store atmosphere* terhadap kepuasan konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya. Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas (X) yaitu promosi (X1), kualitas layanan (X2), harga (X3), dan *store atmosphere* (X4) dengan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen di Titik Kumpul *Coffee and Eatery* Surabaya dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji t dengan menggunakan SPSS 19.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari Uji Validitas adalah *valid*, Uji Reliabilitas adalah *reliable*, Uji Asumsi Klasik yang telah diuji telah memenuhi persyaratan. Dari hasil Analisis Regresi Linier Berganda telah didapatkan model yaitu $Y = -1.920 + 0.124X_1 + 0.259X_2 + 0.142X_3 + 0.267X_4 + e$. hasil Uji t didapatkan hasil dari empat variabel bebas, yaitu variabel promosi (X1) dengan $t_{hitung} (1.139) < t_{tabel} = 1.985$ dan nilai signifikan ($0,258 > 0,05$), variabel kualitas layanan (X2) dengan $t_{hitung} (3,754) > t_{tabel} = 1.985$ dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$), variabel harga (X3) dengan $t_{hitung} (1.813) < t_{tabel} = 1.985$ dan nilai signifikan ($0,073 > 0,05$), dan variabel *store atmosphere* (X4) dengan $t_{hitung} (3.656) > t_{tabel} = 1.985$ dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Dari hasil uji t dapat disimpulkan bahwa dari empat variabel bebas, variabel promosi dan harga tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas layanan dan *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Promosi, Kualitas Layanan, Harga, Store Atmosphere, Kepuasan Konsumen.*

ABSTRACT

by:

Vincentius Bagus Dwi Cahyo

This study has the purpose to analyze the influence of independent variables used in the study, namely the promotion, quality of service, price, and store atmosphere to consumer satisfaction at Titik Kumpul Coffee and Eatery Surabaya. This study uses four independent variables (X) are promotion (X1), quality of service (X2), price (X3), and store atmosphere (X4) with a dependent variable (Y) that is consumer satisfaction. The population of this research is that consumers in Titik Kumpul Coffee and Eatery Surabaya with the technique of sampling using purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Measurement data is to use Validity, Reliability testing, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, and t test using SPSS 19.

From the research that has been done can be concluded that the results of Test Validity is valid, Test Reliability is reliable, Classical Assumption Test which has been tested meets the requirements. From the results of Multiple Linear Regression Analysis has obtained the model is $Y = -1920 + 0.124X1 + 0.259X2 + 0.142X3 + 0.267X4 + e$. t test results obtained from four independent variables, namely the promotion variable (X1) with $t(1139) < t_{table} = 1.985$ and significant value $(0.258 > 0.05)$, variable quality of service (X2) with $t(3.754) > t_{table} = 1.985$ and significant value $(0.000 < 0.05)$, a price variable (X3) with $t(1813) < t_{table} = 1.985$ and significant value $(0.073 > 0.05)$, and a variable store atmosphere (X4) with $t(3656) > t_{table} = 1.985$ and significant value $(0.000 < 0.05)$. From the test results can be concluded that of the four independent variables, variable promotions and price did not have a significant positive impact on consumer satisfaction, while the variable quality of service and store atmosphere significant positive effect on customer satisfaction.

Keywords: *Promotion, Quality Service, Price, Store Atmosphere, Consumer satisfaction.*

