

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI KAFE G'BOL DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI  
(Studi pada Kafe G'bol Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)**

*The Influence of Service Quality to Consumer Repurchasing with Satisfaction  
as Moderation Variable  
(Study at G'Bol Cafe Sorowajan Baru No.16 Street Banguntapan, Bantul)*

**SKRIPSI**



Disusun oleh :

**EMING AFIATNA  
20060410078**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI KAFE G'BOL DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Kafe G'bol Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)**

*The Influence of Service Quality to Consumer Repurchasing with Satisfaction  
as Moderation Variable  
(Study at G'Bol Cafe Sorowajan Baru No.16 Street Banguntapan, Bantul)*

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

**EMING AFIATNA  
20060410078**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2011**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI KAFE G'BOL DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI  
(Studi Pada Kafe G'bol Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)**

*The Influence of Service Quality to Consumer Repurchasing with Satisfaction  
as Moderation Variable  
(Study at G'Bol Cafe Sorowajan Baru No.16 Street Banguntapan, Bantul)*

**SKRIPSI**



Diajukan oleh:

**EMING AFIATNA  
20060410078**

Telah disetujui Dosen Pembimbing  
Pembimbing I



Dr. H. Susanto, M.S.  
NIK 130 887 249

Tanggal 23 Juli 2011

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT BELI ULANG  
KONSUMEN DI KAFE G'BOL DENGAN KEPUASAN SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI**  
(Studi Pada Kafe G'bol di Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)


*The Influence of Service Quality to Consumer Repurchasing with Satisfaction  
as Moderation Variable*  
(Study at G'Bol Cafe Sorowajan Baru No.16 Street Banguntapan, Bantul)


**SKRIPSI**


Diajukan oleh

**EMING AFIATNA**  
**20060410078**


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 12 Agustus 2011  
Yang terdiri dari

  
**Dr. H. Susanto, M.S.**  
Ketua Tim Penguji

  
**Hj. Munjiati Muhawaroh, S.E., M.Si.**  
Anggota Tim Penguji

  
**Sutrisno Wibowo, S.E. M.M.**  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
**Misbahul Anwar, S.E., M.Si.**  
NIK: 143014

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Eming Afiatna

Nomor Mahasiswa : 20060410078

Menyatakan Bahwa Skripsi Ini Dengan Judul : “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Kafe G’bol dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Kafe G’bol Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Juli 2011

Eming Afiatna

## MOTTO

*Berbaktilah kepada mereka dengan penuh kerendahan hati  
dan ucapkanlah:*

*“Wahai Tuhanku ! Kasihanilah mereka keduanya  
sebagaimana keduanya memeliharaiku dengan penuh kasih  
sayang waktu kecilku”*

*(Qs Al Isro : 24)*

*”Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai  
dengan kesanggupannya”*

*(Qs Al-Baqarah: 286)*

*”Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(Qs Al Insyaraah : 5)*

*”Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, jika suatu  
kaum tidak mau merubahnya”*

*(Qs Ar Ra'du : 11)*

## PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa syukur kehadirat ALLAH SWT,  
kupersembahkan karya ini  
untuk:*

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya.*
- 2. Kedua orang tuaku atas do'a dan dukungannya*
- 3. Adikku Ayun atas do'anya*
- 4. Sahabat (Dony, Rossa, Aris, Bram ) atas dukungannya*
- 5. Almamaterku*

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan yang meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati terhadap niat beli ulang. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di kafe G'bol minimal sebanyak 2 kali pembelian yang berjumlah 100 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis regresi berganda, uji hipotesis serentak (uji F), uji hipotesis parsial (uji t) uji moderasi, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati, baik secara simultan maupun parsial terhadap niat beli ulang. Sedangkan, variabel kepuasan tidak memoderasi pengaruh antara kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan serta empati terhadap niat beli ulang.

**Kata kunci :** bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, kepuasan serta niat beli ulang



## **ABSTRACT**

*This research having a purpose to know influence of service quality which consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy to repurchasing intention. The sample collected using purposive sampling method. Responder in this research is consumer who which ever minimize twice purchasing product in G'bol cafe amounting to 100 people. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using double analysis regression, the hypothesis simultaneously test (F-test), the hypothesis partial test (t-test), moderating regression analysis (MRA) and coefficient determinacy ( $R^2$ ).*

*Result of this research according double regression analysis indicates that there are influence are positive and significant between tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy to repurchasing intention simultaneously and partially. While according to result of moderating regression analysis show that satisfaction not moderating of influence quality service which consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy to repurchasing intention.*

**Keywords:** *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy, satisfaction and repurchasing intention*

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Di Kafe G’bol dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Kafe G’bol Jln. Sorowajan Baru No.16 Banguntapan, Bantul)”.

Tugas akhir ini merupakan salah satu prasyarat yang harus dipenuhi oleh mahasiswa dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) dari Fakultas Ekonomi Strata 1 (S-1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini dari persiapan sampai terselesainya, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang dengan segala keterbukaan dan kerelaan hati telah memberikan bimbingan, pengarahan, keterangan dan dorongan semangat yang begitu berarti. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. H. Susanto, M.S., selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan dorongan sampai terselesainya penyusunan skripsi ini.
2. Bayu Aji Santoso, selaku pemilik kafe G’bol yang telah bersedia memberikan segala informasi yang peneliti butuhkan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

3. Sri Handari Wahyuningsih, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Misbahul Anwar, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Bapak, Ibu yang tak henti-hentinya mencurahkan kasih dan sayang serta memberikan doa dan dorongan baik moril maupun materiil selama kuliah sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku, atas semua bantuan doa dan *support*-nya serta semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu persatu.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, Agustus 2011

Penulis

Eming Afiatna

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Jasa .....	7
1. Pengertian Jasa .....	7
2. Karakteristik Jasa .....	7
B. Kualitas Layanan.....	9
1. Pengertian Kualitas Layanan.....	9
2. Dimensi Kualitas Layanan .....	11
C. Kepuasan Konsumen.....	13
1. Pengertian Kepuasan .....	13
2. Pengukuran Kepuasan .....	15
3. Strategi Kepuasan Pelanggan .....	17
D. Niat Beli Ulang.....	22
E. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis.....	24
F. Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III    METODE PENELITIAN .....	33
A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	33
B. Jenis Data .....	33
C. Populasi Penelitian .....	33
D. Sampel Penelitian.....	33

E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	35
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
G.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	36
H.	Uji Instrumen Penelitian.....	42
	1. Uji Validitas.....	42
	2. Uji Reliabilitas.....	43
I.	Alat Analisis Data.....	43
	1. Analisis Regresi Berganda.....	43
	2. Pengujian Hipotesis.....	44
	a. Uji F.....	44
	b. Uji t.....	45
	c. Uji <i>MRA (Moderating Regression Analysis)</i> .....	46
	3. Koefisien Determinasi.....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	49
B.	Uji Kualitas Instrumen.....	50
	1. Uji Validitas.....	50
	2. Uji Reliabilitas.....	52
C.	Analisis Karakteristik Responden.....	53
D.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	56
	1. Analisis Regresi Berganda.....	56
	2. Pengujian Hipotesis.....	59
	a. Uji F (Uji Serentak).....	59
	b. Uji t (Uji Parsial).....	60
	c. Uji <i>MRA (Moderating Regression Analysis)</i> .....	62
	3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	64
E.	Pembahasan.....	65
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....</b>	<b>70</b>
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran.....	70
C.	Keterbatasan Penelitian.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Tingkat Pengembalian Kuesioner .....	49
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas .....	51
Tabel 4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	54
Tabel 4.6. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan Rata-Rata per Bulan .....	55
Tabel 4.8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	56
Tabel 4.9. Estimasi Regresi Berganda dan uji-t .....	57
Tabel 4.10. Hasil Uji F .....	59
Tabel 4.11. Hasil uji <i>MRA (Moderating Regression Analysis)</i> .....	62
Tabel 4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	31