

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS KONSUMEN
STUDI KASUS GERAI DONUTS DI TANGERANG**

¹Herman Nurtjahjo

¹Rianto Nurcahyo, ³Marcel, ⁴Rajkawel

¹Universitas Persada Indonesia- Fakultas Ekonomi dan Bisnis

^{2,3,4}Program Studi - Management – Bina Nusantara University

ABSTRACT

Consumer Loyalty is an important thing to have in tight business competition. The purpose of this study is to find out how brand image, service quality, and store atmosphere may influence customer satisfaction and its impact on customer loyalty on Donuts XYZ products. This research uses path analysis techniques and uses quantitative research methods with data collection techniques using questionnaires where the analysis unit is the consumer who domiciled in Kotamadya Tangerang. The result of this research is brand image, service quality, and store atmosphere have influence customer loyalty through customer satisfaction, with the greatest influence owned by the outlet atmosphere of 24.4%

Keywords: *brand image, service quality, store atmosphere, customer satisfaction, customer loyalty.*

ABSTRAK

Loyalitas Konsumen merupakan hal yang penting untuk dimiliki dalam persaingan usaha yang ketat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari citra merek, kualitas pelayanan, dan atmosfer gerai terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen pada produk Donuts XYZ. Penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur dan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dimana konsumen produk Donuts XYZ yang berdomisili di Kotamadya Tangerang adalah unit analisis dalam penelitian ini. Hasil yang diperoleh adalah citra merek, kualitas pelayanan, dan atmosfer gerai memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen, dengan pengaruh terbesar dimiliki oleh atmosfer gerai sebesar 24,4%.

Kata Kunci: citra merek, kualitas pelayanan, suasana gerai, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang dunia kuliner sangat diminati maka banyak sekali restoran dan kafe yang bermunculan belakangan ini. Kafe dan restoran sendiri sangat diminati dikarenakan sangat

nyaman untuk menghibiskan waktu sambil makan atau minum bersama keluarga dan teman lalu juga untuk bertemu rekan bisnis ataupun sekedar mengerjakan tugas yang biasanya dilakukan oleh pelajar. Dilihat dari lokasi

usaha menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2015 mengatakan bahwa 54,57% restoran berada pada daerah perkantoran atau pertokoan dan sebesar 15,71% berada di lokasi objek wisata dengan menyediakan masakan makanan Indonesia sebesar 54,55%, Amerika atau Eropa sebesar 22,43%, China sebesar 10,69 dan lainnya 12,33% (www.bps.go.id). Hal ini tentunya perlu diwaspadai oleh restoran yang sudah berdiri terlebih dahulu atas restoran yang baru muncul ataupun sebaliknya, karena persaingan akan semakin ketat dan jika tidak cepat bersikap maka ada resiko dapat kalah saing oleh pemain baru. Banyaknya minat masyarakat untuk berkunjung ke restoran sendiri membuat banyaknya restoran baru bermunculan apalagi prospek pertumbuhannya bagus. Menurut Steven Kim, selaku *co founder* Qraved yang diliput oleh metrotvnews.com pada tahun 2014 dikatakan pertumbuhan restoran kelas menengah dan atas pada lima tahun terakhir tumbuh sebesar 250%, hal ini terjadi tentunya dikarenakan kebiasaan orang Indonesia yang senang makan di restoran. Ketua Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (Gapmmi) Adhi S Lukman, mengatakan bahwa pertumbuhan bisnis makanan pada tahun 2017 yakni sekitar 8,5%. Menurut Hendy Setiono, selaku pemilik dan Presiden Direktur Baba Rafi Enterprise mengatakan

bisnis restoran menghasilkan keuntungan yang cukup besar. Dimana margin keuntungan bisnis restoran, menurut Hariyadi berkisar 15% sampai 30%. (www.industri.kontan.co.id). Untuk makanan yang diminati *fast food* merupakan yang utama sebagaimana menurut penelitian yang dilakukan *mastercard* pada tahun 2015 yang diliput oleh SWA.co.id mengatakan 80% orang Indonesia makan di restoran cepat saji lalu sebesar 61% berkunjung ke *foodcourt* dan sebesar 22% orang berkunjung ke restoran atau kafe kelas menengah bahkan hanya 1% yang mengunjungi makan resmi atau *fine dining*. Makanan cepat saji sangat disenangi oleh banyak orang di dunia maka dari itu banyak sekali gerai dan merek *fast food* yang ada di dunia dikarenakan sangat praktis dan tidak perlu waktu yang lama dari proses pemesanan sampai makanan atau minuman tersebut bisa dikonsumsi. Dari sekian banyaknya *brand fast food* yang ada terdapat 10 merek yang terbesar di dunia jika dilihat dari wilayah jangkauannya di dunia menurut worldatlas.com tahun 2017, dimana Donuts XYZ masuk ke dalam 10 besar. Berada di urutan ke 7 dibawah Subway, McDonald's, Starbucks, KFC, Burger King, dan Pizza Hut, dengan jangkauan wilayah sebesar 11.300 dan berada diatas Domino's Pizza, Baskin-Robbins dan Hunt Brothers Pizza. Untuk di Asia terutama di

Asia Tenggara menurut Nikkei Asian Review pada tahun 2015 terhadap perkembangan restaurant menunjukkan data top 5 fast food restaurant di beberapa negara ASEAN yang dimana tidak terlihat nama Donut XYZ masuk dalam daftar tersebut termasuk di Indonesia.

Di Indonesia menurut *euromonitorinternational.com* tahun 2016 berdasarkan pangsa pasar mengatakan terdapat 3 brand yang mendominasi *fast food* di Indonesia yaitu McDonald's, KFC dan Hoka-Hoka Bento dimana jika digabungkan maka menguasai sebanyak 52% dari total market Indonesia. Merek Donuts XYZ juga tidak terlihat dalam 3 besar merek *fast food* tahun 2016. Jika dilihat dari data Top Brand maka terlihat bahwa walaupun Donuts XYZ lebih unggul tetapi hanya berbeda sedikit bahkan di tahun 2015 J. Co Donuts & Coffee yang mengungguli persaingan dengan selisih angka yang sangat jauh yaitu hampir 20%. Sedangkan Donuts XYZ sendiri kesulitan untuk menjauhkan dirinya, pada tahun 2014 selisihnya dibawah 2% dan tahun 2017 selisihnya hanya 4,6%.

Dilihat dari total *revenue* secara Internasional yang didapat dari penjualan Donuts XYZ secara International. Berdasarkan data dari statista tahun 2017 menunjukkan pendapatan selalu meningkat setiap tahunnya walaupun pada tahun 2008

ke 2009 sempat menurun tetapi dari 2009 sampai 2016 selalu meningkat. Tetapi jika dilihat dari segi *growth* maka merek ini mengalami naik turun dan dua tahun terakhir yaitu 2016 sampai 2017 quarter pertama mengalami penurunan berdasarkan data dari marketrealist tahun 2017.

Penelitian terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Ramesh Neupane (2015) yang berjudul "*The Effects of Brand Image on Customer Satisfaction and Loyalty Intention in Retail Super Market Chain UK*", hasil penelitian ini menemukan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh Weng-Kun Liu, Yueh-Shian Lee & Li-Mei Hung (2016) yang berjudul "*The interrelationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Examination of the fast-food industry*", ditemukan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Naila Faizah (2017) yang berjudul "*Pengaruh Citra Merek, Iklan, Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen*" ditemukan bahwa atmosfer toko dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh atmosfer gerai terhadap kepuasan konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh atmosfer gerai terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ? Bagaimana pengaruh atmosfer gerai terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ?

Tujuan penelitian, Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen Donuts XYZ., Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer gerai terhadap kepuasan konsumen Donuts

XYZ. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui citra merek konsumen terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer gerai terhadap loyalitas konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ. Untuk mengetahui pengaruh atmosfer gerai terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Donuts XYZ.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Time horizon yang digunakan dalam penelitian ini adalah cross-sectional. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yang merupakan konsumen dari Donut XYZ dan berdomisili di Kotamadya Tangerang. Sampel yang diambil adalah sebanyak 400

responden dari populasi 2.093.706 menggunakan rumus slovin.

Sampel yang diambil dari konsumen Donut XYZ dan berdomisili di Kotamadya Tangerang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu data primer berupa studi pustaka dan studi lapangan berupa kuesioner lalu data sekunder yang digunakan berupa jurnal, artikel, maupun berita. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis), yang sebelumnya dilakukan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Citra Merek (X1)

Tabel 1 Rangkuman Uji Validitas Variabel Citra Merek

Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (R _{hitung})	R _{tabel}	Hasil Pengujian
1	0,674	0,08	Valid (R _{hitung} > R _{tabel})
2	0,645	0,08	Valid
3	0,585	0,08	Valid
4	0,693	0,08	Valid
5	0,630	0,08	Valid
6	0,451	0,08	Valid

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 2 Rangkuman Uji Validitas Variabel

Kualitas Pelayanan

Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (R _{hitung})	R _{tabel}	Hasil Pengujian
1	0,587	0,08	Valid (R _{hitung} > R _{tabel})
2	0,689	0,08	Valid
3	0,614	0,08	Valid
4	0,660	0,08	Valid
5	0,649	0,08	Valid
6	0,623	0,08	Valid
7	0,584	0,08	Valid
8	0,588	0,08	Valid
9	0,551	0,08	Valid
10	0,683	0,08	Valid
11	0,614	0,08	Valid

Sumber: Penulis (2018)

Uji Validitas Atmosfer Gerai (X3)

Tabel 3 Rangkuman Uji Validitas Variabel Atmosfer Gerai

Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (R _{hitung})	R _{tabel}	Hasil Pengujian
1	0,547	0,08	Valid (R _{hitung} > R _{tabel})
2	0,617	0,08	Valid
3	0,616	0,08	Valid
4	0,520	0,08	Valid

Sumber: Penulis (2018)

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4 : Rangkuman Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation (R _{hitung})	R _{tabel}	Hasil Pengujian
1	0,425	0,08	Valid (R _{hitung} > R _{tabel})
2	0,531	0,08	Valid
3	0,588	0,08	Valid
4	0,455	0,08	Valid
5	0,556	0,08	Valid

Sumber: Penulis (2018)

Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, Y dan Z

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel X1, X2, X3 dan Z

Variabel	Cronbach's Alpha	R _{tabel}	Hasil Pengujian
Citra Merek (X1)	0,837	0,08	Reliabel (Cronbach's Alpha > R _{tabel})
Kualitas Pelayanan (X2)	0,895	0,08	Reliabel (Cronbach's Alpha > R _{tabel})
Atmosfer Gerai (X3)	0,772	0,08	Reliabel (Cronbach's Alpha > R _{tabel})
Kepuasan Konsumen (Y)	0,746	0,08	Reliabel (Cronbach's Alpha > R _{tabel})
Loyalitas Konsumen (Z)	0,623	0,08	Reliabel (Cronbach's Alpha > R _{tabel})

Sumber: Penulis (2018)

Uji Normalitas

Tabel 6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

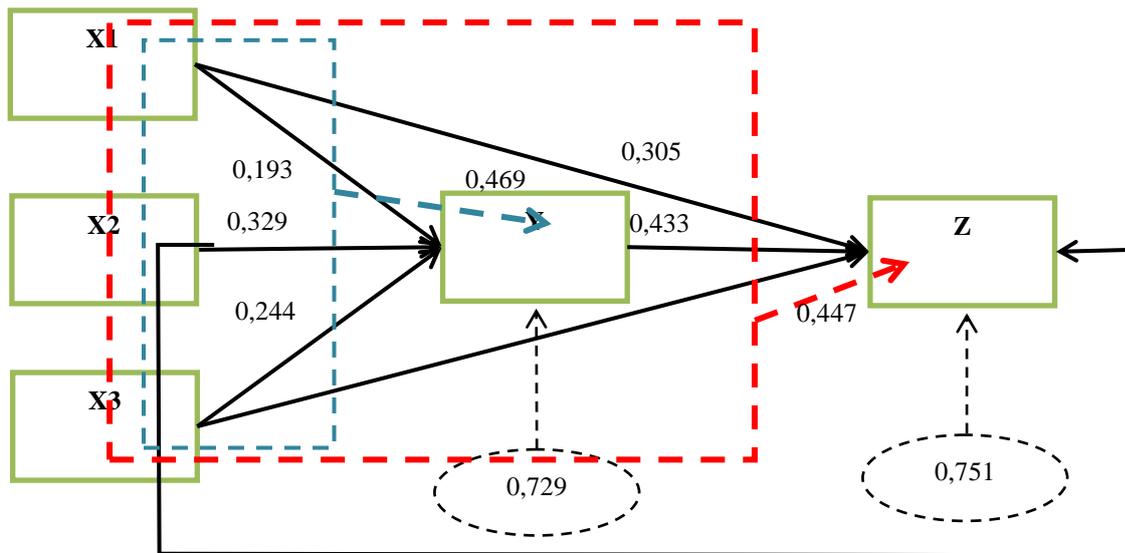
		CM	KP	AG	KK	LK
N		400	400	400	400	400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,2919	3,4021	3,5441	3,6048	3,3567
	Std. Deviation	,70953	,66450	,73449	,66747	,71971
Most Extreme Differences	Absolute	,049	,063	,067	,065	,067
	Positive	,049	,063	,060	,065	,067
	Negative	-,038	-,043	-,067	-,063	-,059
Kolmogorov-Smirnov Z		,980	1,261	1,334	1,304	1,344
Asymp. Sig. (2-tailed)		,293	,083	,057	,067	,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2018)

Nilai *sig* untuk setiap variabel pada tabel 6. Lebih besar sama dengan nilai alpha (0,05), sehingga dapat dinyatakan **data berdistribusi normal**.



Gambar 2 Struktur Lengkap beserta Hasil Analisis Sub-Struktur 1 dan 2

Sumber: Penulis (2018)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Variabel citra merek memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 19,3%.
2. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 32,9%
3. Variabel atmosfer gerai memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 24,4%
4. Variabel kepuasan konsumen memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 43,3%
5. Variabel citra merek memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 30,5%
6. Variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen pada Donuts XYZ.
7. Variabel atmosfer gerai tidak memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel

loyalitas konsumenn pada Donuts XYZ.

8. Variabel citra merek memiliki pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 8,4%
9. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 14,2%
10. Variabel atmosfer gerai memiliki pengaruh secara tidak langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Donuts XYZ. Dengan persentase pengaruh 24.4%

SARAN

Saran bagi perusahaan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Donuts XYZ sudah cukup bagus untuk membuat citra merek, kualitas pelayanan, dan suasana gerai yang baik. Adanya peningkatan kualitas pelayanan seperti kebersihan dan sistem online lalu adanya event untuk meningkatkan citra merek dan penerangan atau musik untuk sedikit memperbaiki atmosfer gerai tentunya bisa dilakukan. Sistem feedback harus

dilakukan untuk mengetahui hal apa yang yang harus ditingkatkan dan harus dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brand, T. (2014). Top Brand Index 2014, 2015, 2016, dan 2017 Fase 2. Retrieved from [topbrand-award.com: http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_2)
- Chepkemoi, J. (2018, April 9). The World's Largest Fast Food Restaurant Chains. Retrieved from [worldatlas.com: http://www.worldatlas.com/articles/the-world-s-largest-fast-food-restaurant-chains.html](http://www.worldatlas.com/articles/the-world-s-largest-fast-food-restaurant-chains.html)
- Eno. (2014, April 2). Kebiasaan Masyarakat Jakarta Makan di Restoran Meningkatkan 250 Persen . Retrieved from [metrotvnews: http://hiburan.metrotvnews.com/read/2014/04/02/225832/kebiasaan-masyarakat-jakarta-makan-di-restoran-meningkat-250-persen](http://hiburan.metrotvnews.com/read/2014/04/02/225832/kebiasaan-masyarakat-jakarta-makan-di-restoran-meningkat-250-persen)
- Euromonitor. (2018, May). Fast Food in Indonesia. Retrieved from [euromonitor.com: http://www.euromonitor.com/fast-food-in-indonesia/report](http://www.euromonitor.com/fast-food-in-indonesia/report)
- Faizah, N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Iklan, Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 6, No. 8.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. (2016, January 28). Survei MasterCard: Restoran Cepat Saji Masih Favorit Masyarakat

- Indonesia. Retrieved from swa.co.id: <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/survei-mastercard-restoran-cepat-saji-masih-menjadi-tempat-favorit-bagi-masyarakat-di-indonesia>
- Hidayat, A., & Sarnia, P. (2017, January 23). Bisnis makanan tumbuh 8,5% di tahun 2017. Retrieved from industri.kontan.co.id: <http://industri.kontan.co.id/news/bisnis-makanan-tumbuh-85-di-tahun-2017>
 - Liu, W. L., & Hung, L. (2016). The interrelationships among service quality, customer satisfaction, and customer loyalty: Examination of the fast-food industry. *Journal of Foodservice Business Research*.
 - Nathan, R. (2017, May 10). Dunkin' Donuts: Same-Store Sales Growth Lower Than Estimates. Retrieved from marketrealist.com: <https://marketrealist.com/2017/05/dunkin-donuts-same-store-sales-growth-lower-than-estimates>
 - Pardede, R., & Manurung, R. (2014). *Analisis Jalur*. Jakarta: Rineka Cipta.
 - Petzer Daniel, M. N. (2014). Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit-down restaurants. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, vol. 3 no 2.
 - Ramesh, N. (2015). The Effects Of Brand Image On Customer Satisfaction And Loyalty Intention In Retail Super Market Chain UK. *International Journal of Social Sciences and Management*, Vol-2.
 - Riduwan, & Kuncoro, E. (2014). *Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis*. Bandung: Alfabeta.
 - Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.
 - Shankar, N. (2015, August 19). Debt-Heavy Dunkin' Brands. Retrieved from seekingalpha.com: <https://seekingalpha.com/article/3450966-debt-heavy-dunkin-brands-best-price-point-buy>