

## ABSTAKSI

Muhammad richat ramli achmad, Nomor Pokok Mahasiswa 152100017, Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Warung Blackbone coffee) 2017. Dosen pembimbing Saaptika Kancana M.Si. dan dosen pembimbing II Drs. Indro Herry Mulyanto, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada Blackbone coffee. Jenis penelitian *exploratory* dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *systematic random sampling* dengan ukuran sampel 50 responden melalui penyebaran di warung Blackbone coffee.

Pengambilan variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 teknik. Teknik pertama adalah memecah faktor yang terdapat pada teori. Teknik kedua adalah mengambil variabel dari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Teknik ketiga adalah wawancara dengan 2 orang *expert* pada bidang kopi di Jogja pada tanggal 2 desember 2016. Keseluruhan teknik pengambilan variabel ini menghasilkan 25 variabel yang kemudian diuji menggunakan uji instrument dan terpilih 22 variabel untuk dianalisis menggunakan analisis faktor. Dalam analisis faktor dihilangkan 2 variabel karena tidak memenuhi syarat MSA dan komunalitas, kemudian terpilih terpilihlah 20 variabel.

Hasil dari analisis faktor menunjukkan bahwa dari 20 variabel yang terekstraksi menjadi 6 faktor baru, dan diberi nama baru (1) Faktor Harga dengan *eigenvalue* 7,510, terdiri dari beberapa variabel yaitu; harga kopi di Blackbone setara dengan harga kopi di *coffee shop* lainnya, variabel fasilitas di blackbone mencukupi variabel varian menu di blackbone di blackbone sudah mencukupi, variabel harga kopi di blackbone lebih murah di bandingkan dari *coffee shop* lainnya, variabel barista di blackbone ramah, dan variabel lokasi di blackbone strategis. (2) faktor situasi dengan *eigenvalue* sebesar 1,832 terdiri atas beberapa variabel yang meliputi yaitu variabel suasana nyaman di blackbone variabel, variabel barista di blackbone menguasai seluruh teknik pembuatan kopi variabel kru di blackbone sopan, dan variabel Blackbone menjaga cita rasanya. (3) faktor kualitas pelayanan dengan *eigenvalue* sebesar 1,452 terdiri atas beberapa variabel yang meliputi yaitu variabel kru di blackbone cepat menanggapi dan variabel suasana di blackbone tenang. (4) faktor persepsi dengan *eigenvalue* sebesar 1,298 yang terdiri atas beberapa variabel yang meliputi yaitu variabel pengetahuan barista tentang kopi luas, variabel kecepatan download dengan menggunakan wifi di blackbone cepat, variabel pengetahuan barista tentang kopi luas. (5) faktor biaya dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,125 yang terdiri atas beberapa variabel yang meliputi yaitu variabel sinyal wifi di Blackbone kuat, variabel harga kopi di Blackbone dengan harga kopi di *coffee shop* lainnya setara, dan variabel pelayanan di blackbone sudah ramah. (6) faktor kualitas pelayanan dengan *eigenvalue* sebesar 1,069 yang terdiri atas beberapa variabel yang meliputi yaitu variabel penyajian kopi di Blackbone memuaskan, variabel Blackbone menyajikan kopi sesuai dengan porsinya.

Saran dari penelitian ini adalah terdapat 6 faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan Blackbone coffee, maka perusahaan sebaiknya perlu memerhatikan faktor-faktor tersebut guna merumuskan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk penelitian berikutnya, sebaiknya mencari lagi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dengan variabel yang lebih banyak, populasi yang lebih

luas dan ukuran sampel yang lebih besar lagi sehingga dapat memperbarui konsep-konsep yang sudah lama dengan menyesuaikan perkembangan perilaku konsumen saat ini.

Kata kunci: Analisis Faktor, Kepuasan Pelanggan, Backbone Coffee.