

**PENGARUH *LAYOUT*, *ATMOSFER*, PROMOSI, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE DE
BARBARA ENDE NANGABA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

FERIBERTUS RAJA

NIM: 2020410129

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS FLORES**

ENDE

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : FERIBERTUS RAJA
Nim : 2020410129
**Judul : PENGARUH *LAYOUT, ATMOSFER*, PROMOSI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA CAFE DE BARBARA ENDE NANGABA**


Ende, 06 September 2024

**Telah diuji dan di pertahankan di depan Dewan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Flores**

Pembimbing I

Pembimbing II


Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101


Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN.0827067101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

I am Sorry !!!!!

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 06 September 2024


Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

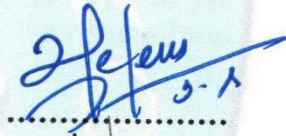



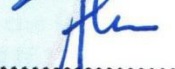
Dr. Rafael Octavianus Byre, SE., M.Sc.
NIDN. 0826097401


Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen

Maria Endang Jamu, SE., MM
NIDN. 0814109101

Dewan Penguji:

1. Maria Helena Carolinda Dua Mea, SS., MM
NIDN. 0831108301
2. Santy Permata Sari, S.AB., MM
NIDN. 0829069001
3. Stefanus Notan Tupen, S.Pd., M.Si
NIDN: 0829069001
4. Gabriel Tanusi, SE., M.Si
NIDN.0827067101
5. Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

1. 
2. 
3. 
4. 
5. 

I am Sorry !!!!!



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh *Layout, Atmosfer, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe De Barbara Ende Nangaba*”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 06 September 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 06 September 2024
Yang Memberi Pernyataan



Feribertus Raja
2020410129

I am Sorry !!!!!

MOTTO

"Tidak Ada Jalan Pintas Untuk Menuju
Tempat Yang Layak Dituju"

"Feribertus Raja"

PERSEMBAHAN

Peneliti mengucapkan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmad dan karuniannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“pengaruh *layout, atmosfer, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe debarabara Ende Nangaba*”** skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores.

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa maka dengan rendah hati peneliti persembahkan skripsi ini untuk:

1. Ucapan rasa syukur yang tak terhingga dan terima kasih kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan petunjuk dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini hingga terselesaikan.
2. Terima kasih untuk kedua orang tuaku Bapak “Kontantinus Juna” dan Ibu “Theresia Mendan”, Oma Agata Jena, Opa Lukas Sunggah, adik Metilda Purnawati, Legrius Bone, dan seluruh rumpun keluarga yang selalu menundukung dan memotivasi saya agar terus semangat dalam mengerjakan skripsi.
3. Terima kasih untuk para Dosen atas bimbingannya.
4. Terima kasih untuk pemilik kafe dan Manajer operasional Kafe De Bar Bara Ende Nangaba.
5. Terima kasih untuk kaka, Bil, kaka Wil, kaka Risna, kaka Del Dan kaka Man yang selalu mendukung saya dalam menempuh pendidikan guna mendapatkan sehelai kertas yang sangat bermafaaf buat masa depan saya

6. Terimakasih untuk kaka Domer Dan kaka Melky yang selalu bantu dalam persose pengeditan skripsi ini dalam mensupport penulis agar cepat selesai.
7. Terimakasih buat sehabatku rekan rekan pejuang skripsi saudari Dela dan fhemi yang selalu saling support dan mendokan agar cepat selasi.
8. Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2020 yang senantiasa mendukung penulis.
9. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang satu persatu yang tidak bisa saya sebutkan, terima kasih atas motivasi dan bimbingan untuk saya, terima kasih sudah dengan sabar membibing saya, terima kasih sudah menegur saya bila saya salah, terima kasih untuk semuanya selama saya masih berada di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores.
10. Organisasi tercinta BEM fakultas Ekonomi dan Bisnis , PMKRI Cabang Ende, Dan HIPMMATIM Ende yang sudah banyak memberikan kontribusi ilmu penggetahuan.
11. Almamaterku Tercinta Universitas Flores.
12. Agama, Nusa dan Bangsa.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur Penulis Haturkan kepada Tuhan Yang Maha esa, Karena atas berkat dan rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik, dengan Judul “pengaruh layout, atmosfer, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe debarabara Ende Nangaba”. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor dan Para pembantu Rektor Universitas Flores.
2. Dekan dan para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
3. Ketua dan Sekertaris Program Studi Manajemen beserta para dosen yang telah banyak melayani penulis selama berada di Universitas Flores.
4. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc selaku pembimbing I dan Gabriel Tanusi, SE.,M.Si selaku Pembimbing II yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Ibu Dosen Penguji I, II, dan III yang Memberikan Masukan Dan Perbaikan dalam skripsi Ini.
6. Manajer, Karyawan, serta konsumen kafe debarabara Ende Nangaba yang telah memberi dukungan dan bantuan selama penulis melakukan Penelitian.
7. Para Dosen yang ada di lingkup Fakultas Ekonomi khususnya di Program Studi Manajemen.

8. Pegawai yang ada di lingkup program Studi Manajemen yang telah melayani penulis dalam bentuk Administrasi maupun dalam pelayanan akademik lainnya.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
10. Semua pihak yang memberi dukungan selama menulis Studi di Universitas Flores.

Kiranya segala jasa dan budi baik yang dilimpahkan kepada penulis mendapatkan balasan baik dari Tuhan Yang maha Esa. Akhirnya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membantu untuk menyempurnakan skripsi ini.

Ende, Agustus 2024

Penulis

ABSTRAK

FERIBERTUS RAJA. 2020410129. PENGARUH *LAYOUT*, *ATMOSFER*, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KAFE DE BARBARA ENDE NANGABA . Skripsi 2024. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Flores Pembimbing 1 Lambertus Langga, SE.,M.Sc Pembimbing 2 Gabriel Tanusi, SE.,M.Si

Tujuan penelitian ini adalah : 1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *layout* terhadap kepuasan konsumen pada Kafe DeBarbara Ende Nangaba. 2 . Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *atmosfer* terhadap kepuasan konsumen pada Kafe DeBarbara Ende Nangaba. 3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Kafe DeBarbara Ende Nangaba. 4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe DeBarbara Ende Nangaba.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian di Kafe De Barbara Ende Nangaba, Kecamatan Ende Utara Kabupaten Ende dan berdasarkan perhitungan lemeshow maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu : Kuesioner, Wawancara, Dokumentasi

Hasil Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa : (1) Hasil uji regresi variabel *layout* (X1) terhadap kepuasan konsumen pada Kafe De Barbara Ende Nangaba (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,172 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Dari hasil penelitian ini konsumen berpendapat bahwa *layout* merupakan hal yang paling penting bagi konsumen *layout* tidak hanya menampilkan desain yang menarik dan estetik, namun *layout* yang baik juga mampu menyampaikan suatu pesan kepada masyarakat luas secara mudah. (2) Hasil uji regresi variabel *atmosfer* (X2) terhadap kepuasan konsumen pada Kafe De Barbara Ende Nangaba (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,115 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Dari hasil penelitian ini konsumen berpendapat bahwa *atmosfer* adalah hal yang paling penting terhadap kepuasan konsumen dimana desain kafanya yang bagus sehingga pemandangannya dapat menarik perhatian dan nyaman pengunjung. (3) Hasil uji regresi variabel promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen pada Kafe De Barbara Ende Nangaba (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 9,428 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Dari hasil penelitian ini konsumen berpendapat bahwa promosi adalah hal yang paling penting dalam mempromosikan suatu produk, barang atau jasa dengan tujuan memperkenalkan produk, barang atau jasa tersebut kepada masyarakat luas. (4) Hasil uji regresi variabel kualitas pelayanan (X4) terhadap kepuasan konsumen pada Kafe De Barbara Ende Nangaba (Y) dengan nilai t_{hitung} sebesar 8,745 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$. Dari hasil penelitian ini konsumen berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah hal yang paling penting bagi konsumen. pelayanan yang baik merupakan kunci sukses bagi sebuah perusahaan.

Kata Kunci : *Layout*, *Atmosfer*, Promosi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

FERIBERTUS RAJA. 2020410129. THE EFFECT OF LAYOUT, ATMOSPHERE, PROMOTION, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT CAFE DE BARBARA ENDE NANGABA. Thesis 2024. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Flores Supervisor 1 Lambertus Langga, SE., M.Sc Supervisor 2 Gabriel Tanusi, SE., M.Si

The objectives of this study are: 1. To determine and analyze the effect of layout on consumer satisfaction at Cafe DeBarbara Ende Nangaba. 2. To determine and analyze the effect of atmosphere on consumer satisfaction at Cafe DeBarbara Ende Nangaba. 3. To determine and analyze the effect of promotion on consumer satisfaction at Cafe DeBarbara Ende Nangaba. 4. To determine and analyze the effect of service quality on consumer satisfaction at Cafe DeBarbara Ende Nangaba.

The type of research used is quantitative research. The location of the study was at De Barbara Ende Nangaba Cafe, North Ende District, Ende Regency and based on lemeshow's calculations, the number of samples used in this study was 96 respondents. The data collection techniques used were: Questionnaire, Interview, Documentation

The results of the multiple linear regression analysis showed that: (1) The results of the regression test of the layout variable (X1) on consumer satisfaction at De Barbara Ende Nangaba Cafe (Y) with a t-count value of 5.172, meaning that t-count is greater than t-table 1.661 and a significant value of $0.000 < 0.1$. From the results of this study, consumers argue that layout is the most important thing for consumers. The layout not only displays an attractive and aesthetic design, but a good layout is also able to convey a message to the wider community easily. (2) The results of the regression test of the atmosphere variable (X2) on consumer satisfaction at the De Barbara Ende Nangaba Cafe (Y) with a t-value of 6.115, meaning that the t-value is greater than the t-table of 1.661 and a significant value of $0.000 < 0.1$. From the results of this study, consumers believe that the atmosphere is the most important thing for consumer satisfaction where the cafe design is good so that the view can attract attention and make visitors comfortable. (3) The results of the regression test of the promotion variable (X3) on consumer satisfaction at the De Barbara Ende Nangaba Cafe (Y) with a t-value of 9.428, meaning that the t-value is greater than the t-table of 1.661 and a significant value of $0.000 < 0.1$. From the results of this study, consumers believe that promotion is the most important thing in promoting a product, goods or services with the aim of introducing the product, goods or services to the wider community. (4) The results of the regression test of the service quality variable (X4) on consumer satisfaction at the De Barbara Ende Nangaba Cafe (Y) with a calculated t value of 8.745, meaning that the calculated t is greater than the t table of 1.661 and a significant value of $0.000 < 0.1$. From the results of this study, consumers believe that service quality is the most important thing for consumers. Good service is the key to success for a company.

Keywords: Layout, Atmosphere, Promotion, Service Quality, Consumer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.	1
1.2 Rumusan Masalah.	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teoritis.....	9
2.1.1 Manajemen pemasaran.	9
2.1.2 Bauran Pemasaran	11
2.1.3 Pemasaran Jasa.	12
2.2 <i>Layuot</i> (Tata Letak).....	12

2.2.1 Pengertian <i>Layout</i> (Tata Letak).....	12
2.2.2 Tujuan <i>layout</i> (Tata Letak).....	13
2.2.3 Indikator <i>Layout</i> (Tata Letak).....	13
2.3 Atmosfer (Suasana).....	14
2.3.1 Pengertian Suasana	14
2.3.2 Indiikator Suasana	15
2.4 Promosi.....	16
2.4.1 Pengertian Promosi.....	16
2.4.2 Indikator promosi.....	19
2.5 Kualitas Pelayanan	19
2.5.1 Pengertian kualitas pelayanan.....	19
2.5.2 Indikator Kualitas Layanan.....	20
2.6 Kepuasan Konsumen.....	22
2.6.1 Pengertian Kepuasan konsumen.....	22
2.6.2 Indikator kepuasan Konsumen	22
2.7 Penelitian Terdahulu	23
2.8 Hipotesis Penelitian.....	24
2.8.1 Pengaruh <i>layout</i> terhadap kepuasan konsumen	24
2.8.2 Pengaruh <i>atmosfer</i> terhadap kepuasan konsumen	25
2.8.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.4 Pengaruh kualitan layanan terhadap kepuasan konsumen.....	26
2.9. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.3Jenis dan Sumber Data	30

3.3.1 Jenis Data.....	30
3.3.2 Sumber Data	30
3.4 Defenisi Operasional Variabel	31
3.5 Populasi Dan Sampel Penelitian.	32
3.6 Teknik dan Pengumpulan Data	34
3.7 Instrumen Penelitian.....	35
3.8 Teknik Analisis Data.....	35
3.8.1 Uji Instrumen.....	36
3.8.1.1 Uji Validitas.....	36
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	36
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.2.1 Uji Normalitas	36
3.8.2.2 Uji Multikolinearitas.....	36
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas	37
3.8.3 Analisis Linear Berganda	38
3.8.3.1 Uji Hipotesis	38
3.8.3.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Kafe De Barbara Ende Nangaba.....	40
4.1.1 Profil Kafe De Barbara	40
4.1.2 Deskripsi Responden	40
4.2 Uji Istrumen Penelitian.....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.3 Uji Asumsi Klasik	49

4.3.1 Uji Normalitas	49
4.3.2 Uji Multikolinesritas	50
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.5 Uji Hipotesis.....	52
4.5.1 Hipotesis Pertama	52
4.5.2 Hipotesis Kedua	54
4.5.3 Hipotesis Ketiga.....	55
4.5.4 Hipotesis Keempat.....	57
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	58
4.6.1 Pengaruh <i>Layout</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe De Barbara Ende Nangaba	58
4.6.2 Pengaruh <i>Atmosfer</i> Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe De Barbara Ende Nangaba	60
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe De Barbara Ende Nangaba	62
4.6.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe De Barbara Ende Nangaba.....	64
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung.....	5
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel .3.1 Variable penelitian dan devisi operasional.....	31
Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert.....	35
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabiitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Spearman's rho	51
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>layout</i> (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	52
Tabel 4.10 Hasil koefisien Determinan Pengaruh <i>Layout</i> (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	53
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Pengaruh <i>Atmosfer</i> (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	54
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh <i>Atmosfer</i> (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	55
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Promosi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	55
Tabel 4.14 Hasil koefisien Determinan Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	56
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan (X4) Terhadap Kepuasan konsumen (Y).....	57
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinan Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Diagram 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Diagram 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	43
Diagram 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	44