

SKRIPSI

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE**



Disusun Oleh:
DANANG BAGAS RAHARJO
NPM : 170323528

Dosen Pembimbing:
Handoyo Wibisono C., Drs, MM, Dr, CSA.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
2021

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

DANANG BAGAS RAHARJO

NPM : 170323528

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
AGUSTUS 2021**

Skripsi

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE**



Disusun Oleh:
DANANG BAGAS RAHARJO
NPM : 170323528

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Handoyo", is positioned above the name of the supervisor.

Handoyo Wibisono C., Drs, MM, Dr, CSA.

SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 1234/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 15 Oktober 2021 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Ketua Penguji) |
| 2. Drs. D. Koeshartono, MM. | (Anggota) |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. | (Anggota) |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Danang Bagas Raharjo
NPM : 170323528

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Danang Bagas Raharjo telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE**

Benar- benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Oktober 2021
Yang menyatakan



Danang Bagas Raharjo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen (S.M.) di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendukung penelitian ini.
2. Bapak Handoyo Wibisono C., Drs, MM, Dr, CSA. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran dan kritik dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.
3. Manajer dan seluruh Kru Ripah Coffee yang telah memberikan ijin pengambilan data pada konsumen.
4. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu proses pembelajaran selama perkuliahan dari awal hingga akhir.
5. Keluarga tercinta Bapak Joko Raharjo, Ibu Justina Endang Minarsih dan Sari Kusumastuti yang selalu memberikan motivasi, saran dan dukungan doa dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat diucapkan namanya satu per satu yang telah mendukung penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun

dalam perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi setiap pembacanya. Terima kasih.

Yogyakarta, Oktober 2021



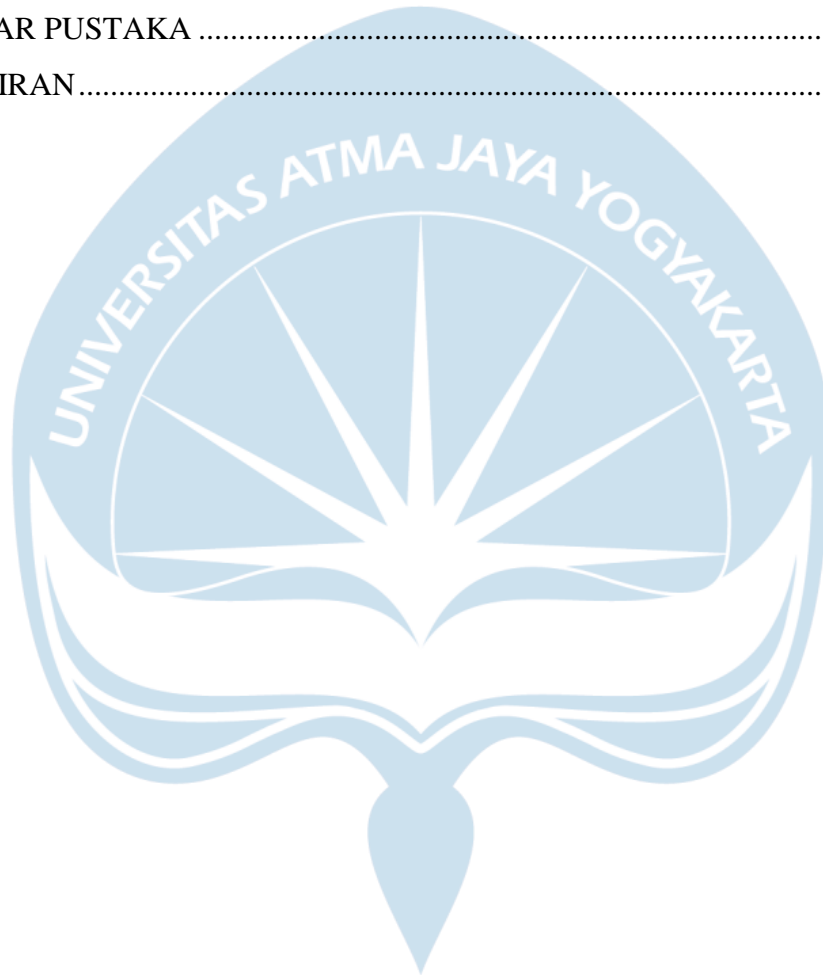
Danang Bagas Raharjo



Daftar Isi

PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	5
2.2. Pemasaran Media Sosial (<i>Social Media Marketing</i>)	7
2.3. <i>Behavioral Intention</i>	9
2.4. Penelitian Terdahulu.....	12
2.5. Pengembangan Hipotesis	15
2.6. Kerangka penelitian.....	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Lokasi, Objek, dan Subjek Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.3 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data	18
3.5 Pengukuran Variabel	19
3.6 Variabel Penelitian	19
3.7 Definisi Operasional.....	20
3.8 Metode Pengujian Instrumen.....	22
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Analisis Deskriptif.....	28
4.2 Analisis Kuantitatif.....	43

4.3 Pembahasan dan Implikasi	44
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Implikasi Manajerial.....	50
5.3 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	56



Daftar Tabel

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	20
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	22
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	24
Tabel 4. 1 Jenis kelamin Responden.....	28
Tabel 4. 2 Test of Homogeneity of Variances (Jenis Kelamin).....	29
Tabel 4. 3 Umur Responden.....	30
Tabel 4. 4 <i>Test of Homogeneity of Variances</i> (Usia).....	31
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	33
Tabel 4. 6 <i>Test of Homogeneity of Variances</i> (Pekerjaan)	33
Tabel 4. 7 Tujuan berkunjung	35
Tabel 4. 8 <i>Test of Homogeneity of Variances</i> (Tujuan Berkunjung)	36
Tabel 4. 9 Frekuensi kunjungan	37
Tabel 4. 10 <i>Test of Homogeneity of Variances</i> (Frekuensi Kunjungan).....	38
Tabel 4. 11 Penilaian Variabel kepuasan pelanggan (X_1).....	40
Tabel 4. 12 Penilaian Variabel pemasaran media sosial (X_2).....	41
Tabel 4. 13 Penilaian Variabel <i>behavioral intentions</i> (Y)	42
Tabel 4. 14 Estimasi Regresi Linear Berganda.....	44

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 16



Daftar Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner.....	56
Lampiran 2. Profil Responden dan Jawaban Pertanyaan.....	58
Lampiran 3. Data Set Penelitian.....	61



**PENGARUH KEPUASAN PELANGGAN DAN PEMASARAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP *BEHAVIORAL INTENTIONS* DI RIPAH COFFEE**

Disusun oleh:

Danang Bagas Raharjo

NPM : 170323528

Pembimbing:

Handoyo Wibisono C., Drs, MM, Dr, CSA.

Abstrak

Kopi merupakan salah satu komoditas yang banyak digemari masyarakat. Perkembangan industri kopi sudah cukup besar di Indonesia khususnya Yogyakarta. Kegiatan minum kopi yang ada dalam masyarakat sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat Indonesia khususnya Yogyakarta, oleh karena itu terdapat banyak sekali tempat minum kopi yang dapat dipilih oleh masyarakat di Yogyakarta. Objek pada penelitian ini adalah Ripah Coffee dan subjeknya adalah orang-orang yang pernah mengunjungi Ripah Coffee. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 112 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survey melalui penyebaran kuisisioner dalam bentuk google form yang disebarakan di kasir Ripah Coffee sehingga setiap pelanggan dapat mengisi kuisisioner yang ada. Data kemudian diolah menggunakan alat IBM SPSS Statistik. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa kepuasan pelanggan dan social media marketing berpengaruh signifikan terhadap behavioral intention.

Kata kunci: kepuasan pelanggan, social media marketing, behavioral intention