

## **ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FLA-FLA MILKSHAKE YOGYAKARTA**

Andhini Nurlita Hapsari<sup>1</sup>, Ibnu Wahid F. A.<sup>2</sup> Makhmudun Ainuri<sup>2</sup>

### **INTISARI**

Perkembangan usaha minuman yang pesat beberapa tahun belakangan mengakibatkan tingkat persaingan yang tinggi antar pelaku usaha. Hal ini menyebabkan Fla-fla Milkshake Yogyakarta harus dapat bersaing dengan usaha-usaha sejenis lainnya. Adanya keluhan konsumen mengenai layanan Fla-fla Milkshake Yogyakarta yang dimuat dalam ulasan Google mengindikasikan bahwa kualitas layanan dan bauran pemasaran Fla-fla Milkshake Yogyakarta belum maksimal dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan dan bauran pemasaran di Fla-fla Milkshake Yogyakarta; (2) mengetahui tingkat kepentingan dan prioritas perbaikan atribut layanan dan bauran pemasaran di Fla-fla Milkshake Yogyakarta; dan (3) menyusun prioritas dan usulan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen Fla-fla Milkshake Yogyakarta.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang diisi oleh 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen Fla-fla Milkshake Yogyakarta serta *Importance Satisfaction Analysis (ISA)* untuk mengidentifikasi faktor kepuasan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan membutuhkan perbaikan. Berdasarkan analisis tersebut, disusun saran perbaikan untuk atribut yang berada pada kuadran IV Prioritas Utama untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini adalah nilai kepuasan konsumen berdasarkan analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)* yang diperoleh sebesar 77,17% dengan kriteria 'Puas'. Hasil berdasarkan analisis *Importance Satisfaction Analysis (ISA)*, terdapat 7 atribut di Kuadran IV (Prioritas Utama) yang terdiri dari 2 atribut dalam Kualitas Layanan dimensi *Tangible* dan 5 atribut dalam Bauran Pemasaran variabel *Product, Promotion* serta *Physical evidence*. Prioritas perbaikan untuk atribut pada Kuadran IV terdiri dari perbaikan bukti fisik berupa lampu, toilet dan kursi, melakukan pengembangan produk dengan penambahan rasa dan topping, memperbaiki desain kemasan, serta penambahan promo sebagai media promosi

Kata kunci : bauran pemasaran, *customer satisfaction index (CSI)*, *importance satisfaction analysis (ISA)*, kualitas layanan

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup>Staf Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

## **ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND MARKETING MIX ON CUSTOMER SATISFACTION IN FLA-FLA MILKSHAKE YOGYAKARTA**

Andhini Nurlita Hapsari<sup>1</sup>, Ibnu Wahid F. A.<sup>2</sup> Makhmudun Ainuri<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

The rapid growth of beverage business in recent years has resulted in a high level of competition between business actors. This causes the Fla-Fla Milkshake Yogyakarta to be able to compete with other similar businesses. Consumer complaints about the Yogyakarta Fla-Fla Milkshake service contained in Google reviews indicate that the quality of service and the marketing mix of Fla-Fla Milkshake Yogyakarta has not been maximized and can affect consumer satisfaction. This study aims to (1) determine the level of customer satisfaction with service quality and marketing mix at Fla-fla Milkshake Yogyakarta; (2) knowing the level of importance and priority of improving service attributes and marketing mix of the marketing mix at Fla-fla Milkshake Yogyakarta; and (3) arranging priorities and proposed improvements needed to improve customer satisfaction in Yogyakarta Fla Fla Milkshake.

This research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. This research uses purposive sampling technique. Data processing is done by analyzing the Customer Satisfaction Index (CSI) to identify the level of customer satisfaction in Yogyakarta Fla Fla Milkshake, as well as the Importance Satisfaction Analysis (ISA) to identify customer satisfaction factors that have high importance and need improvement. Based on the analysis, suggestions for improvements for attributes that are in the Priority Quadrant IV quadrant are prepared to increase customer satisfaction.

The results of this study are the value of customer satisfaction based on the analysis of the Customer Satisfaction Index (CSI) obtained at 77.17% with the criteria 'Satisfied'. Based on the Importance Satisfaction Analysis (ISA) analysis, there are 7 attributes in Quadrant IV (Top Priority) which consist of 2 attributes in the Service Quality of the Tangible dimension and 5 attributes in Marketing Mix of the Product, Promotion and Physical evidence variables. Improvement priorities for attributes in Quadrant IV consist of repairing physical evidence in the form of lights, toilets and chairs, developing products with added flavor and topping, improving packaging design, and adding discount as promotion.

**Keywords :** customer satisfaction index (CSI), importance satisfaction analysis (ISA), marketing mix, service quality

---

<sup>1</sup>Student at Agro-industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada

<sup>2</sup>Lecturer at Agro-industrial Technology Department, Faculty of Agricultural Technology, Universitas Gadjah Mada