

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY*
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

GIOVANNI EVELYNA

11140077

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY*
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

GIOVANNI EVELYNA

11140077

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI
HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY*
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

GIOVANNI EVELYNA

NIM : 11140077

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY* YOGYAKARTA

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

GIOVANNI EVELYNA

11140077

Dalam Ujian Skripsi Progam Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal ...**17**...**JAN**...**2019**

Nama Dosen

1 : Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim / Dosen Penguji)

2 : Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM

(Dosen Penguji)

3 : Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Pembimbing / Dosen Penguji)

Yogyakarta, ...**24**...**JAN**...**2019**

Disahkan oleh:

Dekan,



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen,

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,
DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI
SILOL KOPI & EATERY YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagaian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 19 November 2018

Yang membuat pernyataan,



Giovanni Evelyn

11140077

HALAMAN MOTTO

“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya, hidup di tepi jalan
dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah”

(Abu Bakar Sibli)

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil, kita baru
yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik”

(Evelyn Underhill)

“JANGAN TUNDA SAMPAI BESOK APA YANG BISA ENGKAU
KERJAKAN HARI INI”

“TETAP SEMANGAT”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur kepada Yesus Kristus yang selalu melimpahkan berkat dan karunia-Nya.

Skripsi ini kupersembahkan untuk Kedua Orang Tua serta Kakak dan Adik tercinta yang selalu memberiku semangat dan dukungan tanpa henti sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini walaupun banyak hambatan yang dihadapi.

Untuk sahabat-sahabat “Ciwik-ciwik Hits” yang juga selalu menyemangati dan berbagi ilmu selama masa kuliah di UKDW.

Terima Kasih atas semua pelajaran yang diberikan kepadaku.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini, dengan judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY* YOGYAKARTA” tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat dalam penyelesaian jenjang studi Strata-1 di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Skripsi ini menerangkan latar belakang masalah atau topik dan teori yang berhubungan dengan uji pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Suasana terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta.

Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan yang telah diberikan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan kekuatan yang diberikan kepada saya selama proses pembuatan skripsi ini.
2. Papa, Mama, Ko Tommy, Sisca, dan Jeff yang telah banyak memberikan dukungan baik material maupun moril selama masa perkuliahan penulis sampai proses penyusunan skripsi ini selesai. Terima kasih atas doa dan semua dukungan yang telah diberikan.

3. Ibu Dra. Purwani Retno Andalas, M.M., selaku Pembimbing Skripsi saya terimakasih atas dukungan, bimbingan dan arahnya selama proses pembuatan skripsi ini hingga penulis dapat menyelesaikannya tepat waktu
4. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D, selaku wakil dekan 1 Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Ciwik-ciwik Hits dan teman-teman mahasiswa lainnya yang juga banyak memberikan dukungan serta mau berbagi ilmu selama masa perkuliahan
6. Semua responden, yang telah menyediakan waktu untuk memberikan informasi melalui kuesioner penelitian ini

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi penyempurnaan laporan ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang terkait dan semua pihak yang memerlukan, serta dapat memberi kontribusi yang berarti bagi dunia pendidikan.

Yogyakarta, 19 November 2018

Penulis,

Giovanni Evelynna

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAKSASI.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Penelitian	6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2 Kualitas Pelayanan	12
2.1.3 Persepsi Harga.....	14
2.1.4 Suasana.....	17
2.1.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	19
2.1.6 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	19
2.1.7 Pengaruh Suasana terhadap Keputusan Pembelian Ulang	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	25
3.3 Variabel Penelitian	26
3.3.1 Identifikasi Variabel.....	26
3.3.2 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian	27
3.3.3 Pengukuran Variabel.....	29

3.4 Populasi dan Sampel	29
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.6 Sumber Data.....	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8 Teknik Pengujian Instrumen	32
3.8.1 Uji Validitas	32
3.8.2 Uji Reliabilitas	32
3.9 Metode Analisis	33
3.9.1 Analisis Deskriptif	33
3.9.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.9.4 Pengujian Hipotesa.....	35
3.9.4.1 Uji F	35
3.9.4.2 Uji T	36
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	37
4.1.1 Analisis Validitas	38
4.1.2 Analisis Reliabilitas	40
4.1.3 Analisis Deskriptif	41
4.1.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.1.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	49

4.1.6 Uji F	50
4.1.7 Uji T	52
4.2 Pembahasan Hasil.....	54
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3 Saran.....	58
5.3.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Perusahaan	58
5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah <i>Cafe</i> yang sudah dibina di Kota Yogyakarta.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian	27
Tabel 3.2	Skala Likert	29
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	43
Tabel 4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan/Pembelian dalam 1 Bulan	44
Tabel 4.7	Jumlah Responden Berdasarkan Teman Berkunjung	45
Tabel 4.8	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.9	Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.10	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	49
Tabel 4.11	Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.12	Hasil Uji T.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan	9
Gambar 2.2	Kerangka Penelitian	23

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Kuesioner
- Lampiran 3 Frekuensi Tabel
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Butir Peretanyaan Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana
- Lampiran 5 Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- Lampiran 7 Hasil Uji F
- Lampiran 8 Hasil Uji t
- Lampiran 9 Tabulasi Data Kuisioner

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY* YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta. Besarnya sampel sebanyak 100 orang yang telah melakukan pembelian di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta minimal 1 kali selama periode 2018 dengan teknik *purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana, sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian Ulang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif dan uji hipotesisnya meliputi Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta (2) Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta dan (3) Suasana memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta. Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Perspsi Harga dan Suasana menjelaskan 77,4% variasi pengambilan Keputusan Pembelian dan 22,6% variasi pengambilan Keputusan Pembelian Ulang dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, persepsi harga, suasana, keputusan pembelian ulang*

INFLUENCE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND STORE ATMOSPHERE TOWARD REPURCHASE DECISION IN SILOL KOPI & EATERY YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere Toward Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. This research took a sample of 100 people who have shopped in Silol Kopi & Eatery min. 1 time during the period of 2018 using purposive sampling method. The independent variables in this study consisted of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere, while the dependent variable is Repurchase Decision. The analysis used in this research include analysis of Validity Test, Reliability Test, Descriptive Analysis and hypothesis test including the Coefficient of Determination Analysis (R^2), F test, t Test. The results obtained that (1) Service Quality had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta (2) Price Perception had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta (3) Store Atmosphere had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Based on The Determination coefficient of Service Quality, Price Perception and Store Atmosphere explained 77,4% variation in Repurchase Decision and 22,6% variation in Repurchase Decision explained by other factors.

Keyword: *service quality, price perception, store atmosphere, repeat purchase*

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY* YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta. Besarnya sampel sebanyak 100 orang yang telah melakukan pembelian di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta minimal 1 kali selama periode 2018 dengan teknik *purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana, sedangkan variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian Ulang. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif dan uji hipotesisnya meliputi Koefisien Determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta (2) Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta dan (3) Suasana memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta. Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan, Perspsi Harga dan Suasana menjelaskan 77,4% variasi pengambilan Keputusan Pembelian dan 22,6% variasi pengambilan Keputusan Pembelian Ulang dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *kualitas pelayanan, persepsi harga, suasana, keputusan pembelian ulang*

INFLUENCE ANALYSIS OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION AND STORE ATMOSPHERE TOWARD REPURCHASE DECISION IN SILOL KOPI & EATERY YOGYAKARTA

ABSTRACT

This research aimed to find out and analyze the influence of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere Toward Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. This research took a sample of 100 people who have shopped in Silol Kopi & Eatery min. 1 time during the period of 2018 using purposive sampling method. The independent variables in this study consisted of Service Quality, Price Perception, and Store Atmosphere, while the dependent variable is Repurchase Decision. The analysis used in this research include analysis of Validity Test, Reliability Test, Descriptive Analysis and hypothesis test including the Coefficient of Determination Analysis (R^2), F test, t Test. The results obtained that (1) Service Quality had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta (2) Price Perception had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta (3) Store Atmosphere had a significant influence on the Repurchase Decision in Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Based on The Determination coefficient of Service Quality, Price Perception and Store Atmosphere explained 77,4% variation in Repurchase Decision and 22,6% variation in Repurchase Decision explained by other factors.

Keyword: *service quality, price perception, store atmosphere, repeat purchase*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini menyebabkan semakin majunya peradaban dalam kehidupan dan budaya manusia sehingga menimbulkan pergeseran nilai budaya masyarakat menjadi cenderung lebih individual. Kesibukan yang padat dan mobilitas yang tinggi membuat masyarakat perkotaan membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan setelah melakukan kegiatan sehari-hari. Aktivitas yang dilakukan biasanya dengan bersantai makan, minum, mendengarkan musik ataupun sekedar berkumpul dan berbincang-bincang bersama kerabat dan teman-teman komunitasnya.

Dalam hal ini, pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan membuat para pelaku bisnis kuliner berminat melirik usaha *cafe*. Dimana kehadiran *cafe* saat ini dinilai sesuai dengan tren dan gaya hidup masyarakat. Suasana *cafe* yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih *cafe* sebagai tempat untuk *refreshing*, *hang out*, dan berkumpul dengan teman atau kerabat.

Eksistensi *cafe* di Yogyakarta telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya di kalangan anak muda salah satunya adalah Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Tidak hanya tempat untuk bersantai melepas lelah, tempat bersosialisasi, melainkan juga dijadikan sarana untuk suasana yang lebih serius

seperti bertemu rekan bisnis ataupun melakukan pekerjaan, tugas-tugas kuliah bagi mahasiswa dan pelajar.

Persaingan yang ketat di setiap bidang usaha membuat setiap perusahaan di dalam persaingan tersebut akan mengalami sebuah kenaikan maupun penurunan dalam penjualannya. Begitu pula yang dialami oleh Silol Kopi & Eatery Yogyakarta, dimana saat ini banyak sekali *cafe* bermunculan di Yogyakarta. Hingga penghujung tahun 2017, terdapat sekitar 1400 *cafe* di Yogyakarta. Angka ini jauh lebih tinggi dari kota-kota besar terdekat seperti Semarang yang kurang lebih sekitar 700 *cafe* dan Solo yang hanya 400 *cafe* (Jogja.co: 2018).

Adapun perkembangan industri *cafe* di Kota Yogyakarta sebagai berikut :

Tabel 1.1

Jumlah *cafe* yang sudah dibina di Kota Yogyakarta

NO	TAHUN	PERKEMBANGAN <i>CAFE</i>
1	2015	41
2	2016	11
3	2017	59

Sumber : Dinas Pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2017)

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa di Kota Yogyakarta terdapat banyak *cafe-cafe* yang bermunculan yang menjadi pesaing bagi Silol Kopi & Eatery. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2015 , *cafe* di Yogyakarta yang sudah

dibina sebanyak 41 unit *cafe*, bertambah sejumlah 11 unit *cafe* pada tahun 2016. Pada tahun 2017 bertambah 59 unit *cafe* yang ada di Kota Yogyakarta.

Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu meningkatkan daya saing produknya di pasar dan menyusun serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut. Pengelola bisnis dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan, suasana, dan harga agar dapat memuaskan pelanggan dan dapat menghadapi persaingan dalam bisnis ini.

Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu dengan menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidaklah mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal/dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha, dimana dalam hal ini pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2002) yang mengatakan keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Sedangkan pengertian mengenai keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Herry Widagdo, 2011) adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa pilihan alternatif yang ada.

Faktor yang dinilai penting adalah kualitas pelayanan. Menurut Assegaf (2009) kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas ekonomi yang memproduksi atau menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kebutuhan atau keperluan psikologis. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Menurut Monroe (2005) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Selain itu harga salah satu faktor penting konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak. Dan menurut Schiffman and Kanuk (dalam Hendri Sukotjo dan Sumanto Radix A., 2010) harga dikatakan mahal, murah atau biasa-biasa saja dari setiap individu tidak akan sama, karena hal itu tergantung dari persepsi individu yang dilatar belakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Selain itu, suasana *cafe* merupakan salah satu faktor penunjang bisnis *cafe* dimana *atmosphere* yang tercipta dapat membuat konsumen merasakan sesuatu yang berbeda di *cafe* yang mereka datangi. Suasana *cafe* tercipta dengan desain interior, suara gemuruh/tenang, musik, penerangan dan segala sesuatu yang akhirnya membentuk perasaan nyaman atau kecewa yang dapat dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis mengambil penelitian yang berjudul “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG DI SILOL KOPI & *EATERY* YOGYAKARTA ”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta ?
3. Apakah suasana berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan suasana secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan membeli ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap keputusan membeli ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta.

3. Untuk menganalisis pengaruh suasana terhadap keputusan ulang membeli di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan suasana terhadap keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & Eatery secara simultan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen mengambil keputusan untuk membeli ulang makanan di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta, khususnya faktor kualitas pelayanan, harga, dan suasana.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Silol Kopi & Eatery Yogyakarta, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli ulang makanan di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu umum dan spesifik, maka penelitian dibatasi sebagai berikut :

- a. Lokasi penelitian dilakukan di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta
- b. Responden penelitian adalah konsumen di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta yang telah melakukan kunjungan dan pembelian di Silol Kopi & Eatery

Yogyakarta sebanyak minimal 1 kali dalam kurun waktu 1 (satu) bulan terakhir.

- c. Jumlah responden sebanyak 100 responden.
- d. Waktu : 9 Mei 2018 – 31 Agustus 2018

© UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas Pelayanan yang dimaksud adalah fasilitas yang memadai, karyawan yang memiliki penampilan bersih dan berperilaku sopan serta sigap dalam menagani kebutuhan maupun keluhan pelanggan. Jika Kualitas Pelayanan yang diberikan baik terhadap konsumen, hal ini dapat menumbuhkan minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.
2. Persepsi Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Harga yang dimaksud adalah harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas yang diterima serta mampu bersaing dengan *cafe* sejenis. Hal-hal tersebut membuat konsumen melakukan keputusan pembelian ulang di Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.
3. Suasana berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan nilai signifikansi $0,039 > 0,05$. Suasana yang dimaksud adalah suasana dengan desain interior yang menarik dan unik, tata

letak/*layout* ruangan yang rapi dan nyaman bagi konsumen serta sirkulasi udara yang menunjang kenyamanan *cafe*. Suasana tersebut membuat konsumen nyaman berada di *cafe* dan akan melakukan keputusan pembelian.

4. Berdasarkan hasil Uji F, diperoleh nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Suasana secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Silol Kopi & *Eatery* Yogyakarta.

Hal ini membuktikan pentingnya bagi Silol Kopi & *Eatery* untuk mempertahankan kualitas pelayanan, keterjangkauan harga, dan suasana sehingga konsumen tertarik berkunjung dan melakukan pembelian kembali.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain:

1. Variabel Penelitian yang terbatas
2. Responden Penelitian yang terbatas
3. Kuisisioner yang bersifat tertutup

5.3 Saran

5.3.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian untuk Perusahaan

Silol Kopi & *Eatery* diharapkan untuk lebih meningkatkan Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Suasana sebagai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Dengan ditingkatkannya Kualitas Pelayanan maka konsumen akan

merasa puas dan akan memutuskan untuk datang kembali ke Silol Kopi & *Eatery* karena tak jarang kita menemukan tempat lain yang memiliki Kualitas Pelayanan yang buruk yang berakibat terhadap Keputusan Pembelian konsumen.

Selanjutnya dari Persepsi Harga, Silol Kopi & *Eatery* harus mampu bersaing dengan *cafe* lain dengan memberikan harga yang mudah dijangkau konsumen dan memberikan kualitas produk serta layanan yang baik terhadap konsumen.

Selain itu untuk Suasana, Silol Kopi & *Eatery* harus terus meningkatkan suasana yang nyaman bagi konsumen dengan mengembangkan desain interior yang lebih menarik perhatian konsumen, tata letak yang rapi, menyajikan musik yang mengikuti perkembangan jaman, dan sirkulasi udara yang memadai. Cara-cara ini dilakukan agar konsumen merasa nyaman ketika berkunjung dan untuk meningkatkan Keputusan Pembelian ulang itu sendiri serta mencegah perpindahan konsumen ke *cafe* lainnya yang sejenis.

5.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu :

1. Mengembangkan ruang lingkup penelitian dan menambah variabel lain yang belum diuji dalam penelitian ini.

2. Dalam proses pengambilan data, hendaknya menggunakan teknik yang diperkirakan lebih optimal dalam mendapatkan data yang diperlukan.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2008. *Marketing*. Yogyakarta: Media Utama
- Apriyani, Yesi. 2013. Pengaruh *Brand Image*, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang *Pizza Hut* di Kota Padang. *Jurnal Manajemen*. Vol 2 No 1.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assegaf, Mohammad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol 10 No 2.
- Berman, Berry and Joel R. Evans. 1992. *Retail Management: A Strategic Approach*, Fifth Edition. USA: Macmillan.
- Bimo, Walgito. 2010. *Bimbingan dan Konseling (Studi&Kasus)*. Yogyakarta: Andi.
- Dinas Pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. 2017. *Statistik Kepariwisataaan 2017*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Frankel, J & Wallen, N. 1993. *How to Design and valuate research in Education*. New York: Mc Graw-Hill Inc.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Progam SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*, Edisi 5. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F. 2007. *Multivariate Data Analysis 6th Edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Iswayanti, Ika Putri. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Soto Angkringan Mas Boed di Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Jogja.co. 2018. *Pengin Tahu Berapa Jumlah Warung Kopi di Jogja ?*. Diakses dari: <http://www.jogja.co/pengin-tahu-berapa-jumlah-warung-kopi-di-jogja/> pada tanggal 23 Agustus 2018

- Karmela, L dan Junaedi, J. 2009. *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toserba Griya Kuningan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 1996. *Manajemen Pemasaran: Marketing Management 9e*. Jakarta: PT. Prenharllindo.
- Kotler, Philip. 1997. *Perencanaan Manajemen Pemasaran, Analisis dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milienium. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT.Indeks.
- Levy, Michael and Barton Weitz. 2001. *Retailing Management*, Edisi 4. New York: McGraw-Hill.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Monroe, K.B. 2005. *Pricing: Making Profitable Decision*. New York: Mac Milan.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Nabhan, Faris dan Enlik Kresnaini. 2005. Faktor-Faktor yang berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol 6 No 3.
- Narimawati, Umi. 2008. *Metodelogi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.

- Pramataty, Vania., Mukhamad Najib dan Dodik Ridho Nurrochmat. 2015. Pengaruh Atmosfer Kedai Kopi Terhadap Emosi dan Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*. Vol 12 No 2.
- Putri, Andi Ismawardani. 2013. *Pengaruh Quality Of Work Life dan Semangat Kerja terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT. Fajar Graha Pena di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rangkuti, F. 1997. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- RFK. 2017. *Peduli Pada Petani, Ratusan Barista dan Pecinta Kopi Adakan Dari Jogja untuk Kopi*. Diakses dari: <http://jogja.tribunnews.com/2017/10/01/peduli-pada-petani-ratusan-barista-dan-pecinta-kopi-adakan-dari-jogja-untuk-kopi> pada tanggal 20 Oktober 2018.
- Sagita, Fitria Engla. 2013. Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk *Kentucky Fried Chicken (KFC)* di Cabang Basko *Grand Mall* oleh Mahasiswa Universitas Negeri Diponegoro. *Jurnal Manajemen*. Vol 2 No 2.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. 2006. *Strategi Penetapan Harga*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix. 2010. Analisa *Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process dan Physical Evidence)* terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. Vol 1 No 2.
- Stanton, William J. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Manajemen*. Yogyakarta: Danang Sutoyo.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. 2009. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F dan G.Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*, Edisi 3. Yogyakarta: Andi
- Utami, Christina Whidya. 2006. *Manajemen Ritel, Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat

Widagdo, Herry. 2011. Analisis Pengaruh Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer pada PT. XYZ Palembang. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jural Ilmiah STIE MDP*. Vol 1 No 4, Hal 95-104.

Zeithmal, V.A., Bitner, M.J., & Gremler, D.D. 2007. *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill

©UKDWN