

ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ DAN

LOKASI CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFÉ

YOGYAKARTA



SKRIPSI

Disusun Oleh:

JUNIERY PATABANG

NIM: 11150078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi
Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat- Syarat

Guna Memperoleh

Gelar Serjana Manajemen



Disusun Oleh:

Juniery Patabang

11150078

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2020

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juniery Patabang
NIM : 11150078
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi (Skripsi)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

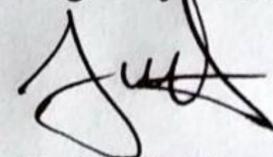
**“ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ
DAN LOKASI CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO
CAFÉ YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Tana Toraja
Pada Tanggal : 15 April 2020

Yang menyatakan



(Juniery Patabang)

NIM.11150078

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Juniery Patabang

NIM : 11150078

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA,
SUASANA CAFE DAN LOKASI CAFE TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFE
YOGYAKARTA

Untuk mengikuti ujian sidang skripsi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen. Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Pembimbing



Dr. Singgih Santoso, MM

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ DAN
LOKASI CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFÉ
YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

JUNIERY PATABANG

11150078

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal **1.3 JUL 2020**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Penguji/Pembimbing)



Yogyakarta, 24 JUL 2020

Disahkan Oleh:

Dekan,

Wakil Dekan I Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)



(Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D)

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul: **ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE, DAN LOKASI CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFE YOGYAKARTA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program studi S1 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 bagian yang sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, *26 Juni 2020*



Juniery Patabang

11150078

HALAMAN MOTTO

“Taburkanlah benihmu pagi-pagi hari, dan janganlah memberi istirahat kepada tanganmu pada petang hari, karena engkau tidak mengetahui apakah ini atau itu yang akan berhasil, atau kedua-duanya sama-sama baik”.

(Pengkhotbah 11:6)

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kesusahanku.”

(Filipi 4:13)

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE, DAN LOKASI CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFE YOGYAKARTA”**.

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Selanjutnya dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih-Nya yang selalu berlimpa dalam kehidupan saya, yang sudah menyertai saya dari awal perkuliahan sampai selesainya penulisan Skripsi ini.
2. Kepada kedua Orang Tua saya terkasih yang selalu memberi dukungan melalui doa, motivasi, nasehat-nasehat serta kasih sayang yang tulus juga pengorbanan secara materi dan telah memberikan kepada saya kepercayaan penuh sehingga dapat menyelesaikan kuliah dan Skripsi ini tepat waktu dan terselesaikan dengan baik.
3. Saudara saya tercinta Jenryani, Venty, Hiengky Yusel, Wendly Wiwin, dan Hasriany Patabang yang telah memberikan dukungan secara fisik dan non fisik.

4. Dosen pembimbing Bapak Dr. Singgih Santoso, MM yang telah sabar dalam melakukan proses pembimbingan.
5. Dosen wali tercinta ibu Dra. Umi Murtini, M.Si. yang sudah mejadi orang tua saya selama kuliah di UKDW.
6. Teman – teman angkatan 2015 dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
7. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

©UKDW

KATA PENGANTAR

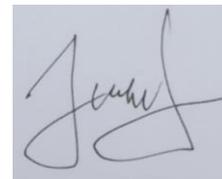
Puji syukur kepada Tuhan Yesus, atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE, DAN LOKASI CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFE YOGYAKARTA”**

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang telah ditetapkan oleh Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta untuk meraih gelar sarjana (S1) di bidang Manajemen.

Dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak, Oleh karena itu saya hendak mengucapkan terima kasih. Akhir kata, Saya menyadari bahwa Skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan. Semoga penyusunan laporan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 26 Juni 2020

Penulis,



Juniery Patabang

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMANA PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1 Rumusan Masalah	4
1.2 Tujuan Penelitian	5
1.3 Manfaat Penelitian	5
1.4 Batasan Penelitian	6

BAB II	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	9
2.1.3 Persepsi Harga	10
2.1.4 Suasana Cafe	12
2.1.5 Lokasi Cafe	13
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu	15
2.3 Pengembangan Hipotesis	17
2.4 Kerangka Penelitian	18
BAB III	20
3.1 Data.....	20
3.1.1 Sumber data	20
3.2 Pengumpulan Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.3.3 Teknik Penentuan Sampel.....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	23
3.4.1 Variabel Penelitian.....	23

3.4.2 Definisi Operasional	24
3.4.3 Pengukuran Variabel.....	25
3.5 Metode Analisis Data.....	25
3.5.1 Uji Validitas	25
3.5.2 Uji Reliabilitas	26
3.5.3 Analisis Prosentase	27
3.6 Uji Statistik	28
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.2 Uji Hipotesis	29
BAB IV	32
4.1 Profil Konsumen	32
4.1.1 Karakteristik Responde Berdasarkan Gender	32
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	33
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	35
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	37
4.2.1 Uji Validitas	37
4.2.2 Uji Reliabilitas	38

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	39
4.2.4 Uji Hipotesis	41
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	41
4.2.6 Uji Signifikasi secara Simultan (Uji F).....	42
4.2.7 Uji Signifikasi secara Parsial (Uji t).....	43
4.3 Pembahasan.....	46
BAB V	49
5.1 Kesimpulan	49
5.1.1 Profil Konsumen	49
5.1.2 Analisis Regresi Linier.....	49
5.2 Saran	50
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	50
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN.....	54
KUESIONER.....	54
lampiran 1 KUESIONER.....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	32
Tabel 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	33
Tabel 4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	35
Tabel 4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
Tabel 4.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Produk, Persepsi Harga, Suasana café, Lokasi café, dan Kepuasan konsumen	37
Tabel 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.2.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.2.4 Nilai Koefisien Determinasi R ²	41
Tabel 4.2.5 Nilai Uji F	42
Tabel 4.2.6 Nilai Uji t	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Kerangka Penelitian.....	19
---------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1 KUESIONER	54
lampiran 2 DATA EXCEL (HASIL KUESIONER)	58
lampiran 3 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	84
lampiran 4 UJI T	93
lampiran 5 UJI F	94
lampiran 6 TABEL r	95
LAMPIRAN 7	96
LAMPIRAN 8	97

©UKDW

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE DAN
LOKASI CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFE
YOGYAKARTA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisa Pengaruh Produk, Persepsi Harga, Suasana Cafe dan Lokasi Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen Di Loko Cafe Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen di Loko Cafe Yogyakarta dengan cara menyebar kuesioner sebanyak 100 responden dengan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis digunakan yaitu regresi linear berganda, dengan uji hipotesis yaitu uji-F dan uji-t.

Hasil : dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji regresi linier yang dapat disimpulkan yaitu, Produk (product) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Cafe secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Persepsi harga (price perception) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Cafe secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Suasana cafe (café atmosphere) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Café secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak. Lokasi Cafe (café location) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Loko Café secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

Kata kunci: Produk, Persepsi Harga, Suasana Café, dan Lokasi Café Kepuasan Konsumen.

***ANALYSIS OF PRODUCT EFFECT, PRICE PERCEPTION, CAFE ATMOSPHERE
AND CAFE LOCATION ON CONSUMER SATISFACTION IN LOKO CAFE
YOGYAKARTA***

ABSTRACT

This study aims to determine the Analysis of Product Influence, Price Perception, Cafe Atmosphere and Cafe Location on Consumer Satisfaction in Loko Cafe Yogyakarta. This research was conducted by a survey of consumers in Loko Cafe Yogyakarta by distributing questionnaires of 100 respondents with the sampling technique in this study using purposive sampling. Data analyzed were used, namely multiple linear regression, with the hypothesis test of the F-test and t-test.

Results: from the results of data analysis that has been done through a linear regression test that can be concluded that is, the product (product) has a significant effect on customer satisfaction in Loko Cafe partially. Thus the research hypothesis was accepted. Price perception significantly affects consumer satisfaction at Loko Cafe partially. Thus the research hypothesis was accepted. The atmosphere of the cafe (café atmosphere) does not have a significant effect on consumer satisfaction in Loko Café in a persial manner. Thus the research hypothesis was rejected. The location of the cafe (café location) has a significant effect on Loko Café's consumer satisfaction in a persistent manner. Thus the research hypothesis was accepted.

Keywords: Product, Price Perception, Cafe Atmosphere, and Cafe Location Customer Satisfact

©UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis rumah makan atau cafe merupakan salah satu bisnis yang sedang populer dan berkembang dengan pesat di kalangan masyarakat khususnya di kota-kota besar. Salah satu kegiatan konsumsi masyarakat saat ini adalah konsumsi makanan dan berkumpul di cafe yang telah menjadi gaya hidup masyarakat kota-kota besar terutama di kalangan mahasiswa. Dalam industri café saat ini sudah timbul banyak persaingan, sehingga cafe tersebut harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan untuk memberikan kepuasan.

Menurut Kotler (2005), perusahaan dalam memenangkan persaingan harus memproduksi pilihan produk terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah. Maka dari itu, sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian (Sudar, 2011).

Loko Cafe yang berada di Jalan Pasar Kembang No.3A, Sosromenduran, Gedong Tengen, Yogyakarta (0274) 540790, Loko Cefe merupakan Cefe tergolong baru di kalangan masyarakat terutama mahasiswa. Loko Cafe di resmikan pada tanggal 24 Juni 2018, namun menjadi tempat ramai yang sering dikunjungi oleh masyarakat Yogyakarta, terutama kalangan mahasiswa. Fasilitas yang ada di Loko Cafe, tempat luas, koneksi internet/ free wifi, , mushola, dan live music. Produk-produk yang ada di Loko Cafe seperti kopi, makan , snack, dan minuman non kopi. Metode promosi yang dilakukan oleh Loko Cafe melalui media digital seperti instagram, facebook dan media sosial lainnya. Jadi perusahaan sekarang mengembangkan promosi dengan cara memanfaatkan dunia elektronik yang sudah berkembang pesat saat ini.

Produk sendiri menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk juga berkaitan dengan persepsi atas variasi produk, kualitas, desain, kemasan,

ukuran, dan bentuk produk (Kotler, 2000). Desain produk akan meningkatkan diferensiasi produk, dan diferensiasi produk pun akan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing produk (Kurniawan, 2005). Didukung beberapa penelitian selanjutnya (Wijayanti, 2008; Dinawan, 2010; dan Rosyada, 2011) yang menyebutkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa, atau jumlah dari nilai-nilai yang pelanggan tukarkan untuk memiliki atau menggunakan manfaat produk atau jasa. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas. Dalam iklim persaingan yang ketat seperti sekarang ini, perusahaan harus memperhatikan faktor harga, karena besar kecilnya harga yang ditetapkan sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam bersaing dan juga mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya. Agar lebih kompetitif di pasar, perusahaan dapat mempertimbangkan harga pesaing sebagai pedoman dalam menentukan harga jual produknya.

Paul Peter dan Jerry Olson (2000) menyatakan, persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri. Dengan demikian harga yang ditetapkan oleh perusahaan harus sesuai dengan image dan dapat dijangkau, jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan image produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan image yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Suasana cafe/Atmosphere adalah desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan wangi-wangian untuk merancang respon emosional dan persepsi pelanggan untuk mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih tempat (Utami, 2006). Konsep store atmosphere

juga erat kaitannya dengan store image. Sustina (2001) mengatakan store atmosphere merupakan salah satu komponen dari store image. Berbagai faktor yang dikombinasikan untuk membentuk store image adalah produk yang dijual, pelayanan dalam toko, pelanggan, toko sebagai tempat menikmati kesenangan hidup, aktivitas, promosi cafe, dan suasana cafe tempat.

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor krusial berhasil atau tidaknya sebuah usaha (Tjiptono, 2004). Kotler (2010) mengartikan lokasi sebagai segala hal yang menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk tersedia dan dapat diperoleh bagi konsumen sasaran. Lokasi sebagai sarana aktivitas perusahaan agar produk mudah didapatkan oleh konsumen sarannya, dalam hal lokasi ini meliputi banyak hal (saluran distribusi, persediaan dan transport) termasuk didalamnya tempat perusahaan beroperasi, berproduksi maupun cara penyampaian barang dari produsen kepada konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anthony (2010) dengan hasil lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Terlalu banyak Cafe yang ada di daerah Yogyakarta yang mendorong penulis untuk meneliti bagaimana pengaruh produk, persepsi harga, suasana cafe dan lokasi café terhadap kepuasan konsumen. Dari banyaknya cafe yang ada di Yogyakarta, penulis mengambil Loko Cafe. Pertimbangan masyarakat untuk memilih Cafe yang akan di kunjungi sebagai kepuasan gaya hidup mereka saat ini, tidak sedikit juga cafe tidak sanggup memuaskan para pelanggannya yang datang di cafe. Untuk itulah penulis tertarik untuk meneliti dengan harapan dapat memberikan jawaban dan kontribusi yang nyata kepada pihak-pihak yang ada. Maka dari itu, penulis membuat judul **“ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ DAN LOKASI CAFÉ TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LOKO CAFÉ YOGYAKARTA”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang di atas maka masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta?

2. Apakah persepsi harga cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta?
3. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta?
4. Apakah lokasi cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta?
5. Apakah produk, persepsi harga, suasana cafe, dan lokasi cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis produk cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis persepsi harga cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis lokasi cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis produk, persepsi harga, suasana cafe dan lokasi cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Loko Café Yogyakarta.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dan berguna untuk berbagai pihak, khususnya bagi:

A. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan, menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis.

B. Manfaat Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap pihak perusahaan untuk menentukan langkah-langkah upaya meningkatkan tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan meningkatkan faktor kepuasan konsumen dalam melakukan tingkat penjualan dalam perusahaan. Penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

C. Manfaat Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian agar dapat memperbaiki kajian yang terdapat dalam penelitian ini.

1.4 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang diteliti, diantaranya:

- a) Responden adalah masyarakat kota Yogyakarta yang pernah berkunjung ke Loko Café Yogyakarta.
- b) Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan D.I. Yogyakarta dan konsumen Loko Café Yogyakarta.
- c) Jumlah responden sebanyak 100 responden.
- d) Profil konsumen berdasarkan :
- e) Anda adalah
 - a. Pria
 - b. Wanita
- f) Usia Anda
 - a. 17-20 tahun
 - b. 21-30 tahun
 - c. ≥ 31 tahun
- g) Asal daerah Anda
 - a. Indonesia bagian barat (Jakarta, sumatra, DIY, dll)

b.Indonesia bagian tengah (Sulawesi, Bali, Kalimantan, Nusa Tenggara, dll)

c.Indonesia bagian timur (Maluku, Papua, dll)

h) Pekerjaan Anda saat ini

a.Pelajar

b.Mahasiswa

c.PNS

d.Wiraswasta

i) Pengeluaran per bulan Anda

a.s/d Rp.3.000.000

b.>Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000

c.>Rp.5.000.000 – Rp.7.000.000

d.>Rp.7.000.000

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah diuraikan sebelumnya, kesimpulannya adalah sebagai berikut:

5.1.1 Profil Konsumen

- a. Berdasarkan jenis kelamin, disimpulkan bahwa responden mayoritas berjenis kelamin laki-laki.
- b. Berdasarkan usia, dapat disimpulkan bahwa paling banyak adalah responden usia ≥ 21 -30 tahun.
- c. Berdasarkan jumlah kunjungan, disimpulkan bahwa paling banyak responden telah mengunjungi di Loko Cafe sebanyak 1-5 kali dalam waktu sebulan
- d. Berdasarkan pendapatan, dapat disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi di Loko Cafe memiliki pendapatan s/d 3.000.000,- perbulan.
- e. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi di Loko Cafe adalah SMA/SMK.
- f. Berdasarkan pekerjaan, disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi di Loko Cafe adalah mahasiswa.
- g. Berdasarkan asal daerah, disimpulkan bahwa paling banyak responden yang mengunjungi di Loko Cafe adalah Indonesia Bagian Barat.

5.1.2 Analisis Regresi Linier

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji regresi linier, dapat disimpulkan bahwa:

1. Produk (*product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Café secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.

2. Persepsi harga (*price perception*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Café secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima.
3. Suasana cafe (*café atmosphere*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Café secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.
4. Lokasi cafe (*café atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Loko Café secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis ingin memberikan beberapa saran kepada loko Cafe Yogyakarta. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal variabel produk, diperoleh nilai probabilitas variabel produk sebesar 0,000. Variabel ini berpengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa responden yang rata-rata merupakan generasi muda memperhatikan produk yang di tawarkan oleh pihak Loko Cafe.
2. Dalam hal variabel persepsi harga, diperoleh nilai probabilitas variabel persepsi harga sebesar 0,018. Variabel ini berpengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa responden yang rata-rata merupakan generasi muda memperhatikan persepsi harga yang di tawarkan oleh pihak Loko Cafe.
3. Dalam variabel ini, di dapatkan hasil probabilitas variabel suasana cafe sebesar 0,152 penelitian menyatakan bahwa, variabel suasana cafe ini memiliki tidak berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa responden tidak memperhatikan suasana café yang di tawarkan kepada konsumen.
4. Dalam hal variabel lokasi cafe, diperoleh nilai probabilitas variabel produk sebesar 0,000. Variabel ini berpengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa responden menjangkau lokasi Loko Cafe. Maka dari itu konsumen memperhatikan lokasi cafe yang strategis.

5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya

Berikut ini saran untuk penelitian selanjutnya agar penelitian selanjutnya lebih baik dari penelitian terdahulu: Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada konsumen tidak hanya berupa pertanyaan yang tertutup, tetapi juga dapat diberikan dengan pertanyaan terbuka, yang dapat diajukan dengan metode interview untuk menjadi masukan dalam menganalisis responden. Sehingga hasil metode wawancara yang dilakukan kepada responden sehingga hasil yang didapatkan dapat lebih maksimal. Peneliti selanjutnya agar menambah jumlah sampel yang lebih banyak dari pada penelitian ini. Pada penelitian ini, jumlah sampel hanya 100 responden, maka bagi penelitian selanjutnya disarankan agar menambah jumlah sample menjadi lebih banyak agar dapat lebih mewakili populasi dan makin menginterpretasikan hasil penelitian secara lebih akurat.

©UKDW

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

Etta Mamang Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Kotler, Amstrong. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisi keduabelas, Jilid 1.

Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jilid2. Jakarta: Bumi Aksara

Kotler, Philip. 2005. Ahli Bahasa: Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1.

Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten.

Kotler, Philip.2005. Ahli Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2.

Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten.

Kotler, Amstrong (2004). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi keduabelas.

Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

Kotler, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Levy, Michael and Barton Weitz. 2001. *Retailing Management. Internasional edition*, Edisi 4. New York: McGraw-Hill.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.

Pasuraman, Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2012. *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta CV.

Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis I*, edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, Uma. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis II*, edisi 4. Jakarta: Salemba Empat

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D)*. Bandung :
Alfabeta

Situmorang, Muslich Lutfi. 2014. *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*, Edisi 2. Medan:
USU Press.

Singarimbun. 2001. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Tjiptono, F. & G. Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Utami, W. C. 2006. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta