

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI NEST COFFEE AND DONUTS YOGYAKARTA**



**Disusun Oleh:**

**KURNIA KRISMARANDTIKA PRATAMA**

**11160103**

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

**2020**

**HALAMAN PENGAJUAN**

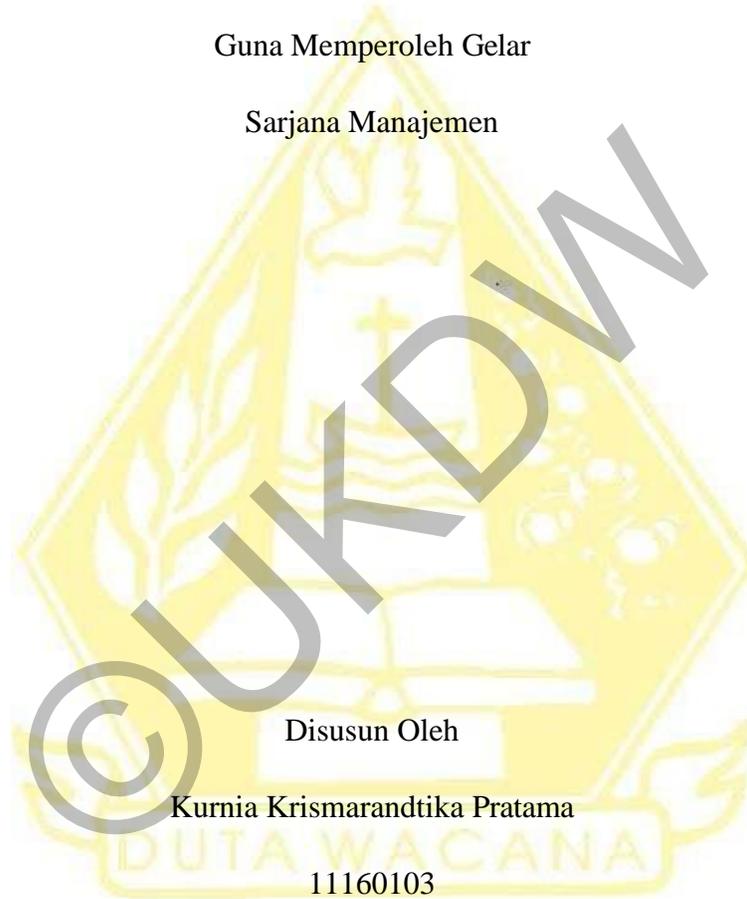
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh

Kurnia Krismarandtika Pratama

11160103

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
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 : Kurnia Krismarandtika Pratama  
NIM : 11160103  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : 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:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NEST COFFEE AND DONUTS 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 : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 15 Januari 2021

Yang menyatakan



(Kurnia Krismarandtika Pratama)

NIM: 11160103

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NEST COFFEE AND DONUTS YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**KURNIA KRISMARANDTIKA PRATAMA**

11160103

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

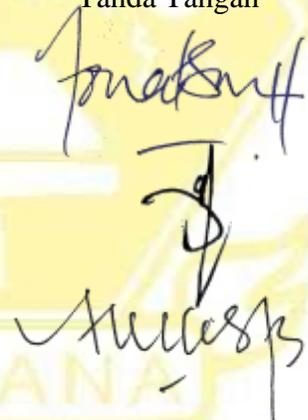
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal 7 Januari 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, S.E., MM  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dr. Singgih Santoso, MM  
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



Yogyakarta, 14 Januari 2021

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M. Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

### PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen di  
Nest Coffee and Donuts Yogyakarta”

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai 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 bagian sumber informasinya sudah di cantumkan sebagaimana mestinya. Jika kemudian hari didapat bahwa skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar.

Yogyakarta, 18 Desember 2020



Kurnia Krismarandika Pratama

(11160103)

## HALAMAN MOTTO

“Mintalah, maka akan diberikan kepadamu. Carilah, maka kamu akan mendapatkan. Ketoklah, maka pintu akan dibukakan bagimu.” – MATIUS 7:7

“One man can change the world.” – BIG SEAN

“Hanya dalam kegelapan, kamu dapat melihat bintang-bintang.” – MARTIN LUTHER KING

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.” – ULANGAN 31:6

©UKYDIN

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan bangga dan penuh rasa syukur kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah melimpahkan berkat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua yang terkasih Bapak Karnain & Ibu Margaretha, yang selalu menyayangi dengan penuh cinta, memberi segala dukungan, doa, materi, perhatian, motivasi yang diberikan setiap waktu.
3. Adek Umi yang telah menghibur, mendukung dan mendoakanku setiap waktu.
4. Dra. Purwani Retno A, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia melonggarkan waktu, tenaga dan pikiran, untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan Ilmu kepada penulis selama kuliah.
6. Sepupuku Melvin yang selalu memberikan motivasi dukungan dan doa kepada Penulis
7. Teman seperjuangan Skripsi Sigit, Bram, Arnold & Yosua yang selalu mendukung, dan berbagi ilmu kepada penulis.
8. Sahabat selama kuliah Doni, Sigit, Bram, Aryo, Theo, William, Arnold, Luis, Okto, Paul, Emon, Thomas, David, Michael, Elfan, Dio, Marisa, Risna, Ira yang telah menemani penulis sedari awal kuliah, selalu memberikan hiburan, dukungan, doa dan motivasi.
9. Sahabat SMA Naldi, Rasid, Rimok, Boga, Bm, Iqbal, Emon, Udin, Aweng, Rufin, Fadil, Pegi, Yuni, Paska, Utari, Grace, Erene, Ece & alm.Ryjek yang selalu memberikan hiburan dukungan dan Doa kepada penulis.

10. DK Team Felix, Aryo, Doni, Faldo, Teteg, Elsa, Gaby, Ari, Hardi, Nando yang selalu memberikan dukungan, hiburan, motivasi kepada penulis.
11. Abang-abang yang membimbing selama diJogja Bang Jon, Bang Ricky, Bang Kris, Om Cornel, Bang Erik, Mas Abet, Bang Dudun, Bang Adi, Kak Sofy, Kak Icha.
12. Patnerku Riahni Purba yang telah menemani suka & duka penulis, setia mendengarkan setiap macam keluh kesah, selalu mendoakan, saling berbagi pengetahuan, menegur jika berbuat salah, mengingatkan jam kuliah, dan selalu menghibur penulis.

©UKDW

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, karena rahmat dan kasih-Nya penulis dapat melewati setiap proses demi proses dalam mengerjakan hingga menyelesaikan laporan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga, dan Suasana Terhadap Keputusan Konsumen di Nest Coffee and Donuts Yogyakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam proses tersebut penulis juga mendapat banyak sekali pengalaman, serta dukungan semangat dari keluarga, dosen, dan orang-orang terdekat.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Purwani Retno A, M.M. selaku dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu, semangat, dukungan, doa dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan dan juga para staff yang membantu dalam administrasi.

Penulis sungguh menyadari bahwa dalam penyusunan laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan masukan yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan oleh penulis untuk perbaikan dan pengembangan diri kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Yogyakarta,.....2020

Kurnia Krismarandtika Pratama

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGAJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIANS SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Manfaat penelitian .....</b>	<b>4</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian .....</b>	<b>5</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.2 Kualitas Produk.....	7
2.1.3 Presepsi Harga .....	8
2.1.4 Suasana / Atmosphere.....	10
2.1.5 Kepuasan Konsumen .....	11
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>13</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>15</b>
<b>2.5 Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>15</b>
<b>2.6 Hipotesis.....</b>	<b>17</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
	<b>3.1 Data 18</b>
3.1.1 Data Primer .....	18
3.1.2 Data Sekunder .....	18
<b>3.2 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>18</b>
3.2.1 Kuisisioner .....	18
3.2.2 Studi Dokumen .....	19
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>19</b>
3.3.1 Populasi .....	19
	3.3.2 Sampel 19
3.3.3 Teknik Penentuan Sampel .....	19
<b>3.4 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....</b>	<b>20</b>
3.4.1 Variabel .....	20
3.4.2 Defenisi Operasional Variabel .....	20
3.4.3 Pengukuran Variabel .....	22
<b>3.5 Metode Analisis Data .....</b>	<b>23</b>
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	23
<b>3.6 Uji Instrumen Penelitian .....</b>	<b>23</b>
3.6.1 Uji Validasi .....	23
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	24
<b>3.7 Uji Hipotesis .....</b>	<b>25</b>
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	25
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	26
3.7.3 Uji Signifikasi secara Simultan (F) .....	27
3.7.4 Uji Signifikasi secara Parsial (Uji t) .....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>29</b>
<b>4.1 Profil Responden .....</b>	<b>29</b>
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	29
4.1.2 Karakteristik Responden berdasarkan usia .....	29
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	30
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	31
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan (3 bulan terakhir) .....	31
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan .....	32
<b>4.2 Hasil Uji Instrument Penelitian .....</b>	<b>33</b>

4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	33
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas .....	35
<b>4.3 Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
4.3.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	37
4.3.3 Hasil Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F) .....	38
4.3.4 Hasil Uji Signifikasi secara Parsial (Uji t) .....	39
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>41</b>
4.4.1 Pengaruh Kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta .....	41
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta .....	42
4.4.3 Pengaruh Suasana terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta .....	42
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>44</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>44</b>
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden .....	44
5.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	45
5.1.3 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	46
5.1.4 Hasil Analisis Uji F .....	46
5.1.5 Hasil Analisis Uji t .....	46
<b>5.2 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>47</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>47</b>
5.3.1 Bagi Perusahaan .....	48
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

tebel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
tabel 3. 1 Defenisi Operasional Variabel.....	21
tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan Gender .....	29
tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan Usia .....	29
tabel 4. 3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	30
tabel 4. 4 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	31
tabel 4. 5 Karakteristik berdasarkan Kunjungan (3 bulan terakhir).....	31
tabel 4. 6 Karakteristik berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....	32
tabel 4. 7 Hasil Uji Variabel Kualita Produk (X1).....	33
tabel 4. 8 Hasil Uji Variabel Persepsi Harga (X2) .....	34
tabel 4. 9 Hasil Uji Variabel Suasana (X3) .....	34
tabel 4. 10 Hasil Uji Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	34
tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	35
tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
tabel 4. 13 Nilai Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	38
tabel 4. 14 Nilai Uji f .....	39
tabel 4. 15 Nilai Uji t .....	39

**DAFTAR GAMBAR**

**gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 15**

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	54
LAMPIRAN 2 DATA REKAP RESPONDEN.....	59
LAMPIRAN 3 UJI SPSS .....	71
LAMPIRAN 4 TABEL UJI t .....	79
LAMPIRAN 5 TABEL UJI F .....	81
LAMPIRAN 6 TABEL UJI r.....	82
LAMPIRAN 7 KARTU KONSUL .....	83

©UKDWN

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NEST COFFEE AND DONUTS YOGYAKARTA**

Kurnia Krismarandtika Pratama

11160103

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email: [kurniakrismarandtikapratama@gmail.com](mailto:kurniakrismarandtikapratama@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Persepsi Harga, dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, dan suasana sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah Nest Coffee & Donuts Yogyakarta dalam kurun waktu 3 (tiga) bulan terakhir. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji F, dan uji t yang didahului dengan uji validitas, uji reabilitas. Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa kualitas produk dan suasana terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan suasana berpengaruh sebesar 71,5% terhadap kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebanyak 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana, dan Kepuasan Konsumen.**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND  
MOOD ON CUSTOMERS SATISFACTION AT NEST COFFEE AND  
DONUTS YOGYAKARTA***

Kurnia

Krismarandtika

Pratama

11160103

*Management Study Program,*

*Faculty of Business Duta Wacana*

*Christian University Yogyakarta*

Email:

[kurniakrismarandtikapratama@gmail.com](mailto:kurniakrismarandtikapratama@gmail.com)

[ail.com](mailto:kurniakrismarandtikapratama@gmail.com)

***ABSTRACT***

*This study aims to see the effect of the effect of product, price perception and atmosphere on consumer satisfaction at Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. The independent variables in this study are the quality of the product, the perception of price, and the atmosphere of the variables which are consumer satisfaction. The population in this study were consumers of Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Determination of the sample using non-probability sampling method, with purposive sampling technique, namely those who have been at Nest Coffee & Donuts Yogyakarta in the last 3 (three) months. The sample in this study were 100 (one hundred) respondents. The method of data analysis in this study used multiple linear regression analysis, namely the coefficient of determination (R<sup>2</sup>), the F test, and the t test preceded by the validity test, the reliability test. Based on the results of data analysis, it was found that product quality and atmosphere were proven to have a significant effect on customer satisfaction. Price perception did not have a significant effect on customer satisfaction. This conclusion is based on the results of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) which shows that product quality, price*

*perception, and atmosphere have an effect on 71.5% of customer satisfaction while the remaining 28.5% is by other variables not examined.*

***Keywords: product Quality, Price Perception, Atmosphere, and Constumers Satisfaction.***

©UKDWN

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam dunia kuliner, tentunya cafe tak pernah lepas dari perhatian masyarakat luas, sehingga dapat dikatakan bahwa cafe tak hanya menjadi sekedar perhatian, tetapi menjadi tren bagi masyarakat di seluruh dunia terutama kalangan anak muda. Sudah banyak orang lebih memilih untuk membuka usaha cafe karena dalam membangun hubungan atau relasi dengan para pelanggan, dan dalam mengembangkan produk yang ditawarkan.

Nest coffee and donuts yang terletak di Jl. Ringroad Selatan, Giwangan, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55163, ini merupakan cafe yang tergolong masih segar atau dapat dikatakan baru di kalangan Masyarakat Yogyakarta. Namun, telah menjadi tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat, terutama dari kalangan mahasiswa. Metode promosi yang telah nest coffee and donuts lakukan dengan melalui media digital yaitu, Instagram, facebook dan media social lainnya sehingga Masyarakat lebih gampang untuk mengetahuinya. Di mulai dengan fasilitas tempat yang nyaman dan unik, desain café yang *instagramable*, Wi-Fi, Smoking dan *Non-smoking room* yang digunakan khusus untuk perokok yang ingin menikmati suasana cafe kota Yogyakarta, tak lupa *VIP room*. Persepsi harga dari produk-produk yang mereka tawarkan pun beragam. Seperti kopi dengan berbagai jenis dan racikan yang beragam dan donuts dengan varian rasa. Dengan vasilitas yang di tawarkan membuat masyarakat merasa puas sehingga café ini ramai di kunjungi.

Kepuasan konsumen adalah evaluasi yang diberikan oleh konsumen terhadap perusahaan atas menggunakan produk atau jasa. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses

penyampaian jasa dari pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Pelanggan yang sangat terpuaskan kemungkinan besar akan tetap setia walaupun mendapatkan penawaran yang menarik pada perusahaan pesaing (Utami 2011:262). Sehingga dengan adanya kepuasan dalam diri konsumen membuat mereka untuk loyal dengan produk dan jasa yang ditawarkan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang pertama adalah kualitas produk. Kualitas produk saat ini sangat diperhatikan oleh konsumen. Menurut Kotler (2007) dalam Himawan (2016) arti dari kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Persepsi harga merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat konsumen terhadap barang kebutuhan. Persepsi harga bagi konsumen adalah biaya untuk mendapatkan produk- produk yang dibutuhkan (Sumarawan, 2008) dalam Ma'munah (2017). Sebagian besar konsumen menginginkan persepsi harga yang terjangkau dengan kualitas barang yang baik untuk setiap produk yang dikonsumsinya. Hal inilah yang menjadikan persepsi harga adalah sebuah faktor dominan dalam pelaksanaan bisnis ritel. Pada dasarnya persepsi harga ditentukan berdasarkan biaya produksi dan ketetapan dari produsen, namun perusahaan juga harus mempertimbangkan tentang nilai, kualitas produk, manfaat, serta persepsi harga yang kompetitif sehingga mampu bersaing dengan produk lain yang dijual oleh perusahaan pesaing. Hal tersebut merupakan salah satu daya tarik tersendiri bagi konsumen yang nantinya akan melakukan pembelian.

Suasana/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, 2006:238).

Setelah masa lockdown dimana hampir semua aktifitas diberhentikan, kini mulai diberlakukannya masa New normal oleh pemerintah. Masyarakatpun sudah bisa beraktifitas diluar rumah seperti bekerja dan sebagainya. Cafe – cafe juga sudah diperbolehkan menerima pelanggan untuk makan dan minum di tempat. Namun, pengelola wajib memberlakukan protocol kesehatan seperti menyediakan tempat cuci tangan, pembatasan konsumen, dan protocol lainnya yang sesuai dengan surat edarang nomor 12 tahun 2020 oleh kementrian perdagangan yang mengatur tentang pemulihan aktifitas perdagangan dan skema new normal untuk cafe, restoran, dan rumah makan.

Banyaknya cafe di Yogyakarta mendorong peneliti untuk meneliti bagaimana kualitas produk, presepsi harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. Dari berbagai macam cafe-cafe yang ada termaksud Nest Coffee and Donuts Yogyakarta yang penulis ambil, banyak hal yang dipertimbangkan oleh masyarakat dalam memilih cafe-cafe yang ingin mereka kunjungi sebagai bentuk pemuas gaya hidup, tidak semua cafe-cafe dapat memuaskan para pelanggannya, dimulai dari ketidak sesuaian presepsi harga dari kualitas produk yang diberikan, produk yang ditawarkan, suasana cafe yang tidak sesuai dengan keingingan konsumen, serta penerapan protocol kesehatan yang diterapkan. Untuk itulah mangapa penulis tertarik untuk meneliti dengan harapan dapat memberikan jawaban dan kontribusi yang nyata kepada pihak- pihak yang ada. Maka dari itu, penulis membuat judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI NEST COFFEE AND DONUTS YOGYAKARTA”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta?
3. Apakah suasana berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Nest Coffee & Donuts Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Nest Coffee & Donuts Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen Nest Coffee & Donuts Yogyakarta.

## **1.4 Manfaat penelitian**

1. Bagi penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis, khususnya ilmu pemasaran dalam praktiknya tentang kepuasan konsumen dan variable-varuabel yang mempengaruhinya pada suatu perusahaan melalui pengolahan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini.

2. Bagi Akademis

Menjadi tambahan referensi bagi akademisi dalam melakukan penelitian tentang kualitas produk, persepsi harga, dan suasana terhadap kepuasan konsumen. Manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah pembaca dapat mengetahui tentang kualitas produk, persepsi harga, dan suasana serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

### 3. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kualitas produk, harga, dan suasana yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini pun diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan oleh perusahaan sehingga dapat dipergunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

## **1.5 Batasan Penelitian**

Guna menghindari hal-hal diluar tujuan dan fokus dari penelitian ini, maka dilakukan beberapa batasan masalah antara lain:

1. Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah datang berkunjung ke Nest Coffee & Donuts Yogyakarta.
2. Lokasi penelitian hanya dilakukan pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta.
3. Waktu penelitian dilakukan pada bulan November - Desember 2020.
4. Jumlah responden sebanyak 100 orang.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan data hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan tentang pengaruh Kualitas produk, Persepsi harga, dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta dengan melakukan pengujian sampel kuesioner kepada 100 responden. Responden dalam penelitian adalah orang-orang yang sedang atau pernah berkunjung di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Maka dari penelitian yang telah dilakukan ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden**

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis deskriptif terhadap profil responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah kunjungan (3 bulan terakhir), dan penghasilan per bulan yang dijabarkan melalui persentase. Sehingga hasil persentase tertinggi mengenai profil responden, yaitu sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen berjenis kelamin Laki-laki dengan jumlah sebanyak 57 orang responden (57%).
2. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen dalam rentan usia >20 – 25 tahun dengan jumlah sebanyak 48 orang responden (48%).

3. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir sarjana dengan jumlah sebanyak 39 orang responden (39%).
4. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen dengan pekerjaan sebagai mahasiswa dengan jumlah sebanyak 41 orang responden (41%).
5. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen dengan jumlah kunjungan (3 bulan terakhir) 1 – 3 kali sebanyak 64 orang responden (64%).
6. Responden dalam penelitian didominasi oleh konsumen yang memiliki pengeluaran per bulan >Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 dengan jumlah sebanyak 35 orang responden (35%).

### **5.1.2 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda, dapat diambil kesimpulan bahwa:

- a. Kualitas Produk (*quality product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta, dengan demikian hipotesis kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen diterima.
- b. Persepsi Harga (*price perception*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta, dengan demikian hipotesis Persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen ditolak.

- c. Suasana (*atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta, dengan demikian hipotesis suasana mempengaruhi kepuasan konsumen diterima.

### **5.1.3 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan hasil dari analisis regresi untuk Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana mempengaruhi 71,5% terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 28,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan lain-lain.

### **5.1.4 Hasil Analisis Uji F**

Berdasarkan hasil *output* dari SPSS 23 memberikan nilai F hitung sebesar 83.785 dan dengan probabilitas 0.000 sehingga  $0.000 < 0.05$ . Dikarenakan nilai probabilitas lebih kecil dibandingkan nilai signifikansi maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat kesimpulan bahwa Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nest Coffe & Donuts Yogyakarta.

### **5.1.5 Hasil Analisis Uji t**

Berdasarkan hasil analisis uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen Kualitas Produk dan Suasana secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Sedangkan Persepsi Harga secara parsial tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Hal ini dikarenakan konsumen Nest Coffee & Donuts Yogyakarta lebih mengutamakan Kualitas Produk yang disajikan dan Suasana yang hadirkan oleh pihak cafe sehingga Kepuasan Konsumen tidak terpengaruhi oleh variable Persepsi Harga. Jadi konsumen merasa puas atau tidak lebih ditentukan oleh Kualitas Produk dan Suasana cafe.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

1. Objek penelitian hanya dilakukan pada Nest Coffe & Donuts Yogyakarta dengan menggunakan 100 orang responden yang merupakan konsumen Nest Coffe & Donuts Yogyakarta sehingga hasil dari penelitian ini tidak bisa berlaku secara umum.
2. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pilihan jawaban yang diberikan.
3. Variabel dalam penelitian hanya sebagian kecil mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara masih banyak variable lain yang mampu untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
4. Penyebaran kuesioner lebih banyak dilakukan secara online dikarenakan sedang dalam masa pandemi covid-19.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang peneliti akan berikan, yaitu sebagai berikut:

### 5.3.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini mengenai pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen pada Nest Coffe & Donuts Yogyakarta, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi pengelola Nest Coffe & Donuts Yogyakarta adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Dalam hal ini, Nest Coffee & Donuts Yogyakarta perlu memastikan kualitas produk yang diterima sudah sesuai dengan keinginan konsumen seperti rasa dari makanan dan minuman yang enak, varian dari makanan dan minuman, porsi dari makanan dan minuman, serta tampilan dari makanan dan minuman yang menarik agar konsumen merasa puas.
2. Persepsi Harga terbukti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Meskipun Persepsi Harga tidak mempengaruhi Kepuasan Konsumen, namun pengelola Nest Coffee & Donuts Yogyakarta perlu untuk senantiasa memperhatikan indikator-indikator Persepsi Harga yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Untuk indikator keterjangkauan harga tidak terlalu berpengaruh karena konsep dari Nest Coffee & Donuts Yogyakarta adalah Café dengan konsep eksklusif sehingga jika pihak Nest coffee & Donuts Yogyakarta

menurunkan harga akan memberikan dampak buruk bagi kepuasan konsumen dan keberlangsungan perusahaan.

3. Suasana terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan konsumen di Nest Coffee & Donuts Yogyakarta. Artinya, jika konsumen merasakan bahwa komunikasi visual, tata letak interior, pencahayaan ruang, iringan music, aroma ruangan, dan suasana semakin dianggap baik, maka tingkat kepuasan konsumen akan meningkat. Dikarenakan Nest Coffee & Donuts Yogyakarta menggunakan kosep eksklusif maka pihak Nest Coffee & Donuts Yogyakarta perlu memperhatikan perlu memperhatikan suasana, karena suasana sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diberikan penulis kepada peneliti selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya terbatas pada Nest Coffee & Donut Yogyakarta saja, namun meliputi café lainnya juga sehingga memperbanyak penelitian yang terkait tentang café di Yogyakarta.
2. Pada penelitian yang mendatang, peneliti diharapkan mampu menemukan variabel-variabel baru yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa melakukan pendekatan yang baik kepada responden dalam melakukan penyebaran kuesioner sehingga bisa memperoleh informasi yang lebih banyak terkait penelitian yang dilakukan.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Antje Cockrill, M. M. (2010). *Perceived Price And Price Decay In the DVD Market. The Journal of Product And Brand Management.*, 19(5), 367-374.
- Daryanto Setyobudi, I. B. (2014). *Konsumen dan pelayanan prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dora Rinova, F. M. (2018). PENGARUH PERSEPSI, KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KONSUMEN KEDAI SUSU SAPI MURNI DI BANDAR LAMPUNG. *ISSN : 2-087-0957, 11*, 61-70.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi Sarjono, W. J. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- J.Paul Peter, j. c. (2000). *Consumer behavior : perilaku konsumen dan strategi pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, J. O. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE ONE EIGHTEENTH COFFEE. *Vol 6, No 1 (2018), 6*, 1-11.

- Murdan. (2003). *Statistik Pendidikan Dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Global Pustaka Utama.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran; Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, G. A. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. Boston: Pearson.
- Philip Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran edisi ketiga belas jilid 1 dan 2. dialih bahasakan oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New jersey: Pearson.
- Ramadhani Sugita, S. A. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Volume 6, Nomor 11, November 2017, 6, 1-15*.
- Simon lee, A. I.-B. (2011). *Perceived price fairness of dynamic pricing. Journal Of Industrial Management & Data System., 111, 531-550*.
- Sugioyo, P. (2014). *Populasi dan Sampel*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- sugiyono, P. D. (2008). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suguoyo, P. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sukmawati, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 2, Tahun 2018, 7, 130-142.*

Tina Kristianti, A. R. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNK UPNORMAL SEMARANG. *Telaah Manajemen Vol. 15 Edisi 2, Oktober 2018, hal 128-136, 15, 128-136.*

Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta:

Penerbit Andi. Umar, H. (1997). *Metodologi penelitian: aplikasi dalam pemasaran*. Jakarta: Gramedia.

Utami, C. W. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.