

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA**

**CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDOPO LAWAS CAFE**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



Oleh:

**ARYO PUTRA TANGGUNI**

**11160122**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDOPO LAWAS CAFE  
YOGYAKARTA**

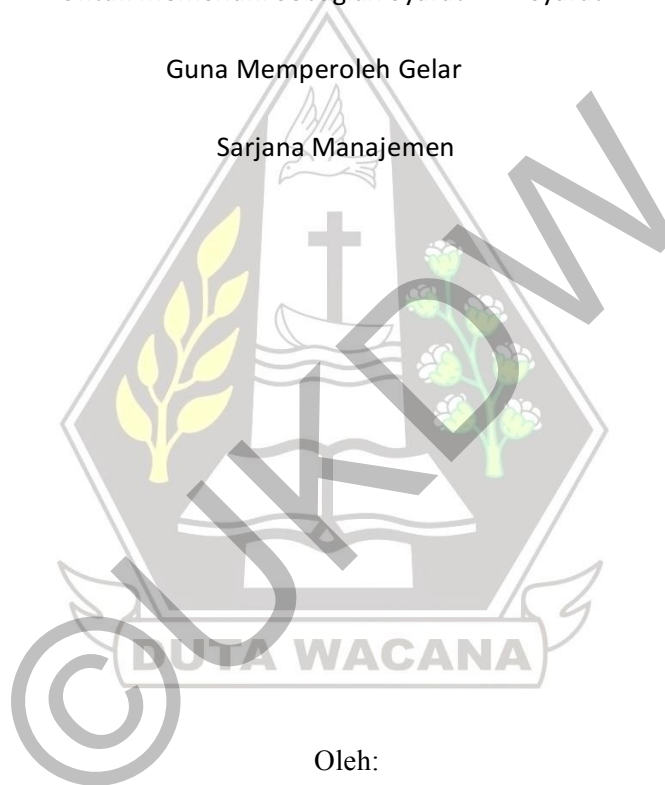
Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat - syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Oleh:

Aryo Putra Tangguni – 11160122

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASILUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : ARYO PUTRA TANGGUNI  
NIM : 11160122  
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:

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI CAFE PENDOPO LAWAS DI 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 : 12 April 2020

Yang menyatakan



(Aryo Putra Tangguni )  
11160122

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul

**"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA,  
DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI  
PENDOPO LAWAS CAFE YOGYAKARTA"**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh

**ARYO PUTRA TANGGUNI**

**11160122**

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

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriani, MM  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd,MM  
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andaras, MM  
(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)

Tanda tangan



Yogyakarta, **12 AUG 2020**

Disahkan oleh:

Dekan

Wakil Dekan 1 Manajemen



**DUTA WACANA**

(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)

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

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDOPO LAWAS CAFE  
YOGYAKARTA**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 30 - Juli - 2020



Aryo Putra Tangguni (11160122)

## HALAMAN MOTTO

"Kau tidak akan pernah tahu apa hasil dari tindakanmu, Tapi Jika Kau Tidak Melakukan apapun,  
Tentu tidak akan ada hasilnya."

*(Mahatma Gandhi)*

‘Jadilah kuat dan penuh keberanian, janganlah takut, dan janganlah gentar akan mereka: karena  
TUHANmu, Dialah yang berjalan bersamamu; Dia tidak akan mengecewakanmu atau  
meninggalkanmu.’

*(Ulangan 31:6)*

‘‘ Jatuh hati tidak pernah bisa memilih. Tuhan memilihkan. Kita hanyalah korban. Kecewa adalah  
konsekuensi, bahagia adalah bonus.’’

*(Fiersa Besari)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Tuhan Yesus yang selalu menyertai hidup saya
- Mama dan papa saya orang yang selalu memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi saya
- Adik-Adik saya yang selalu memberikan dukungan.
- Dosen pembimbing terbaik Ibu Retno yang telah sabar dalam melakukan proses bimbingan.
- Teman-teman saya yang sudah mendukung dan memberi motivasi untuk mengerjakan skripsi
- Teman-teman yang sudah menemani saya untuk mengerjakan skripsi ini (Ira, mima, desi, bram, kris, sigit, paul, david, teodulus, luis, michael, arnold, dio, elfan, lubertus, mige, rendy, emon seran, yhosua, dernanto, thomas, sisko, palma, harmin, alwi, ama ola)
- Teman – teman angkatan 2016 dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
- Limbong, William, Risna, Okto, marissa yang sudah mendorong saya untuk mengerjakan skripsi ini

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUME DI PENDOPO LAWAS CAFE YOGYAKARTA “

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Manajemen (S1) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari Kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materi baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. **Dra. Purwani Retno Andalus, MM** selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini
2. Teristimewa Mama, papa dan adik-adik saya yang selalu mendukung dan mendoakan agar terselesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang juga ikut serta membantu dan mendukung penulis dalam proses penyelesaian skripsi.



4. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Harapan penulis, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan pembaca umumnya.

© UKDW

Yogyakarta, .....

Penulis,

Aryo Putra Tangguni

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	6
2.1.2 Kualitas Produk .....	7

2.1.3 Pengertian Dan Indikator Persepsi harga .....	9
2.1.4 Definisi suasana .....	10
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Dalam Menciptakan Suasana Cafe.....	11
2.1.6 Dimensi Suasana cafe .....	12
2.1.7 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.8 Manfaat Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.9 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3. kerangka penelitian .....	19
2.4. hipotesis .....	20
2.5. Pengembangan Hipotesis .....	21
<b>Bab III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>22</b>
3.1. Data .....	22
3.1.1. Sumber Data .....	22
3.1.2. Data Primer .....	22
3.1.3. Data Sekunder .....	23
3.1.2 Pengumpulan Data .....	23
3.2 Populasi Dan Sampel .....	23
3.2.1 Populasi .....	23
3.2.2 Sampel .....	24

3.2.3 Teknik Penentuan Sampel .....	24
3.3 Definisi Operasional Variabel Dan Pengukurannya .....	25
3.3.1 Variabel Penelitian .....	25
3.3.2 Definisi Operasional.....	26
3.3.3 Pengukuran Variabel .....	27
3.4 Metode Analisis Data .....	28
3.4.1 Analisis Prosentase .....	28
3.5 Uji Statistik .....	28
3.5.1 Uji validitas .....	28
3.5.2 Uji Realiabilitas.....	29
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.6 Uji Hipotesis .....	31
3.6.1 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....	31
3.6.2 Uji Simultan (Uji-F) .....	32
3.6.3. Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (Uji t ) .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1. Profil Responden .....	34
4.1.1 Karakteristik Responden .....	34
4.2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	38
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	38
4.2.2 Hasil Uji Realiabilitas.....	40
4.3 Hasil Uji Hipotesis .....	41

4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
4.3.3 Hasil Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji F) .....	43
4.3.4 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t) .....	44
4.4 Pembahasan .....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>50</b>
5.1. Kesimpulan .....	50
5.1.1 Profil konsumen.....	50
5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	51
5.3. Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah .....	35
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan .....	37
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan.....	37
Tabel 4.8 Hasil uji Validitas variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Café dan Kepuasan Konsumen .....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	40
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	41
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Determinasi $R^2$ .....	42
Tabel 4.12 Nilai Uji F .....	43
Tabel 4.2.4.3 Hasil Uji T .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	19
--------------------------------------	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	55
Lampiran 2 Data Kuesioner .....	60
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	71
Lampiran 4 Analisis Regresi Berganda .....	74
Lampiran 5 Tabel Uji t .....	80
Lampiran 6 Tabel Uji f .....	81
Lampiran 7 Tabel Uji r .....	82
Lampiran Kartu Konsul .....	83
Lampiran Lembaran Revisian .....	85

©UKDW



# ANALISIS KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDOPO LAWAS CAFE YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café secara simultan maupun secara parsial terhadap Kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta.

Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive random sampling* sebanyak 100 responden. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta dengan cara menyebarkan kuesioner. Variabel dan penelitian ini terdiri atas 3 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen terdiri atas: Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Café, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan Konsumen. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, dengan uji hipotesis yaitu uji-F dan uji-t.

Hasil dari : analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,572 (57,2%). hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 0,572 (57,2%) dan variabel independen 42,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa, Kualitas Produk (*quality product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. Persepsi harga (*price perception*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe secara parsial, dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima. Suasana cafe (*café atmosphere*) Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Café secara parsial. Dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Café, Kepuasan Konsumen.*

# ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND CAFE ATMOSPHERE ON CONSUMER SATISFACTION IN PENDOPO LAWAS CAFE YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of Quality Product, Price Perception, and Café Atmosphere simultaneously or partially toward consumer satisfaction at Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta.*

*Samples were taken using a purposive random sampling method of 100 respondents. This research was conducted by a survey of consumers at Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta by distributing questionnaires. The variables of this study consisted of 3 independent variables and one dependent variable. The independent variable consists of: Quality Product, Price Perception, and Cafe Atmosphere, while the dependent variable is Consumer satisfaction. Data were analyzed using multiple linear regression, with hypothesis testing namely the F-test and t-test.*

*The results : of data analysis that have been done show that the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.572 (57.2%). this shows that the dependent variable is influenced by 0.572 (57.2%) and the other independent variable is 42.8% influenced by other factors outside the regression model. Through a multiple linear regression test, it can be concluded that, product quality (quality product) has a significant effect on consumer satisfaction in the Pendopo Lawas Cafe partially, thus, the research hypothesis is accepted. Price perception has a significant effect on consumer satisfaction in the Pendopo Lawas Cafe partially, thus, the research hypothesis is accepted. The atmosphere of the cafe (café atmosphere) does not have a significant effect on consumer satisfaction in the Hall of Lawas Café in a persial manner. Thus the research hypothesis was rejected.*

**Keywords: Product Quality, Price Perception, Cafe Atmosphere, Consumer Satisfaction.**

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar belakang masalah

Kopi telah menjadi salah satu minuman yang sering dikonsumsi masyarakat Indonesia. Seiring dengan berkembangnya zaman, kehidupan dan budaya manusia serta berkembangnya arus globalisasi menimbulkan adanya pergeseran perilaku gaya hidup manusia. Kesibukan yang padat membuat masyarakat membutuhkan suatu tempat untuk menghilangkan kepenatan dan juga tempat bersantai, dengan mendengarkan musik, makan minum maupun berbincang-bincang bersama teman ataupun kerabat.

Menangkap peluang ini dan pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan ini sebagai bagian dari gaya hidup maka, Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta yang terletak di alun-alun utara, Prawirodirjan, Gondomanan, Yogyakarta ini merupakan cafe yang berkonsepkan angkringan dan telah menjadi tempat yang ramai dikunjungi oleh masyarakat Jogja maupun masyarakat luar Jogja, terutama di kalangan mahasiswa. Dimana kehadiran cafe ini dinilai sesuai dengan trend dan gaya hidup kaum urban saat ini, berkonsep *outdoor* dan menyajikan menu ala angkringan pilihan menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serta fasilitas yang menarik tentu merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih cafe sebagai tempat untuk refreshing. Persepsi harga dari produk-produk yang mereka tawarkan pun beragam. Seperti kopi, makanan, snack dan minuman non kopi. Metode promosi yang Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta lakukan dengan melalui media digital yaitu, Instagram, Facebook, YouTube atau media sosial lainnya, karena banyak perusahaan yang sudah menggunakan metode promosi ini dengan memanfaatkan media elektronik yang sudah berkembang saat ini.

Elemen : Restoran dan Rumah Makan

No	Bidang Urusan	Elemen	Tahun					Satuan	Periode	Pengentri
			2016	2017	2018	2019	2020			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Pariwisata	Jumlah Restoran	600,00	437,00	1.163,00	1.002,00	1.056,00 *	Unit	-	Dinas Pariwisata
2	Pariwisata	Jumlah Rumah Makan	1.162,00	1.284,00	846,00	1.007,00	1.037,00	Unit	-	Dinas Pariwisata

Tetap \*) Sementara Sangat Sementara n/a Tidak ada

(Sumber : [bappeda.jogjapro.go.id](http://bappeda.jogjapro.go.id))

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen 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 dikonsumsi. 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 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, 2006:238).

Konsep store atmosphere juga erat kaitannya dengan store image. Sustina (2001:64) 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.

Banyaknya cafe di Yogyakarta mendorong peneliti untuk meneliti bagaimana kualitas produk, persepsi harga dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen. Dari berbagai macam cafe-cafe yang ada termasuk Pendopo Lawas Cafe 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 persepsi harga dari kualitas produk yang diberikan, produk yang ditawarkan serta suasana cafe yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk itulah mengapa 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 KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PENDOPO LAWAS CAFE YOGYAKARTA”**.

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta ?
3. Apakah suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta ?

## **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta

## **1.4 Manfaat penelitian**

1. Manfaat untuk penulis

Dapat memberikan wawasan bagi penulis untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan suasana cafe terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta.

## 2. Manfaat untuk perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pelaku usaha untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya membangun tingkat kepercayaan dengan cara mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualannya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi yang dapat dipertimbangkan sehingga dapat digunakan dalam menentukan kebijakan kedepannya.

## 3. Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan tambahan referensi yang berhubungan dengan perilaku konsumen, kualitas produk dan manajemen pemasaran. Selanjutnya hasil penelitian dapat masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan disiplin ilmu manajemen terlebih khususnya manajemen pemasaran

### **1.5 Batas penelitian**

Agar masalah yang diteliti oleh peneliti tidak terlalu luas, maka dilakukann batasan-batasan penelitian sebagai berikut :

1. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Pendopo Lawas Cafe Yogyakarta dan konsumen Pendopo Lawas Café Yogyakarta.
2. Responden yang diteliti adalah konsumen Pendopo Lawas Cafe di Kota Yogyakarta dalam 3 (tiga) bulan terakhir
3. Variabel yang diteliti adalah, Kualitas produk, Presepsi Harga, Suasana café
4. Jumlah dari responden adalah 100 orang
5. Waktu penelitian : Februari – july.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

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

##### a. Profil Konsumen

Kesimpulan dari data yang telah diolah dari 100 responden pengunjung pendopo lawas cafe, yang pengunjungnya di domiasi oleh kaum pria, dan untuk kelompok usia didominasi > 20 – 24 th kemudian rata-rata responden memiliki pendapatan sebesar >1.000.000 – 2.000.000/bulan, latar belakang pendidikan terakhir dari responden didominasi oleh SMA/SMK, pekerjaan responden adalah Pelajar, dan berdasarkan asal daerah sebagian pengunjung berasal dari Indonesia bagian barat dengan jumlah total kunjungan responden terbanyak adalah sebanyak 1-5 kali dalam waktu sebulan.

##### b. Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan melalui uji linear berganda, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk (*quality product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas café Yogyakarta, dengan demikian hasil uji ini mendukung hipotesis penelitian yang pertama yaitu, kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Presepsi Harga (*price perception*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas café Yogyakarta, dengan demikian hasil uji ini mendukung hipotesis penelitian yang ke dua yaitu, persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen



3. Suasana café (*café atmosphere*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Pendopo Lawas café Yogyakarta, dengan demikian hipotesis penelitian ini di tolak.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

- a) Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
- b) Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
- c) Variabel penelitian hanya sebagian kecil mempengaruhi kepuasan konsumen. Sementara masih banyak variable lain yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

## **5.3 Saran**

- a. Bagi perusahaan
  1. Dalam hasil penelitian ini pihak Pendopo lawas café Yogyakarta perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan pada konsumen agar mampu membuat konsumen semakin puas.
  2. Dalam hasil penelitian ini pihak Pendopo lawas café Yogyakarta perlu memastikan bahwa harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan nilai yang didapatkan oleh konsumen.
  3. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden yang rata-rata merupakan generasi muda tidak terlalu memperhatikan suasana yang diberikan atau ditawarkan oleh pihak pendopo lawas café Yogyakarta. Hal ini perlu menjadi perhatian oleh Pendopo Lawas Café Yogyakarta agar mampu meningkatkan fasilitas untuk mendukung suasana.

b. Bagi penelitian selanjutnya

1. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan 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 dengan metode wawancara yang dilakukan, hasil didapatkan dapat lebih maksimal.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambah cakupan dari jumlah responden penelitian menjadi lebih banyak lagi.
3. Waktu penyebaran kuisisioner biasanya akan lebih efektif jika dilakukan setelah konsumen selesai mengunjungi Pendopo Lawas Café Yogyakarta atau dalam posisi rileks dan tidak ada kesibukan lain agar kepuasan konsumen dapat diukur dengan lebih tepat dan akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apecilus Nggaur, Dionisius. 2018. Skripsi: **“Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderator (Studi Kasus pada Cafe Bjongngopi Yogyakarta)”**. Yogyakarta, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Cannon, Perreault & Mc Carthy. 2008. **“Manajemen Pemasaran”**. Jakarta: Salemba Empat
- Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl McDaniel. 2001. **“Pemasaran, Edisi pertama”**. Salemba Empat. Jakarta
- Danang, Sunyoto. 2012. **“Manajemen pemasaran”**. Yogyakarta: Buku Seru
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). **“Konsumen dan pelayanan prima”**. Yogyakarta: Gava Media
- Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler, 2006, **“Business Research Methods”, 9th edition. McGraw-Hill International Edition.**
- Fandy Tjiptono, 1997, **“Strategi Pemasaran”**. Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, (1997). **“Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis”**. PT. Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Gecti, Fatih 2014, **“Examining price perception and the relationships among its dimension structural equation modeling : A Research on Turkish Consumers”**. *British Journal of Marketing Studies*, Vol. 2, No. 1, pp. 1-11.
- Ghozali, I. (2006). **“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”**. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, M. Iqbal. **“Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya”**. Ghalia Indonesia, Bogor, 2002.
- Himawan, (2016). **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Minat Beli Notebook Acer (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta)”**. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Husein, Umar. (2000). **“Riset Pemasaran Dan Penilaian Konsumen”**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Armstrong. 2008. **“Prinsip-prinsip Pemasaran”**. Jilid 1 dan 2. Edisi 12.
- Kotler dan Keller. 2009. **“Manajemen Pemasaran”**. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler P, & Armstrong. (2008). **“Prinsip-Prinsip Pemasaran 2”**. Edisi kedua belas. Jakarta: Alfabeta Cochran.
- Kotler, Armstrong. 2001. **“Prinsip-prinsip pemasaran”**. Edisi kedua belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K. (2009). **“Manajemen Pemasaran”**. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. **“Manajemen Pemasaran”**. Jakarta: Erlangga, 1988.

- Lee, Simon dan Lawson- Body, Assion. (2011). *“Perceived Dynamic Pricing”*. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Ma'munah.(2017). **“Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen Retail (Studi Empiris Retail Konvensional Relasi Jaya Kartasura & Retail Modern Indomart Kleco Kartasura)”**
- Mowen, John dan Michael Minor. 2002. **“Perilaku Konsumen”**. Jakarta : Erlangga.
- Simamora, Henry, 2000. **“Manajemen Pemasaran Internasional (jilid 1)”**. Jakarta : Salemba Empat
- Sugiono. 1999. **“Metodologi Penelitian Administrasi”**. Edisi Kedua. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2004). **“Metode Penelitian”**. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2007). **“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. **“Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D”**. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. **“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”**. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawati, Rina. 2017. **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta”**.
- Sutisna. 2001. **“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya”**.
- Sutisna. 2001. **“Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran”**. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, Fandy. 2014. **“Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian”**. Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, H. (1997). **“Study Kelayakan Bisnis”**. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, W. C. (2006). **“Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel Modern”**. Jakarta.
- Wood, Ivone. 2009. **“Layanan Pelanggan”**. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.