

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
TAMANSARI CAFE YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH:

Belindra Ayu Nariswari

11170192

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

2021

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 : Belindra Ayu Nariswari
NIM : 11170192
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demikian 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, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
TAMANSARI CAFE YOGYAKARTA”**

berserta 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 : 5 Juli 2021

Yang menyatakan



(Belindra Ayu Nariswari)

NIM. 11170192

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:

Belindra Ayu Nariswari

11170192

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

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
TAMANSARI CAFÉ YOGYAKARTA”**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

BELINDRA AYU NARISWARI

11170192

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 15 Juni 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

- 1 Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec.Dev
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
- 2 Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji)
- 3 Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., MM
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



Yogyakarta, 28 Juni 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga
Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta”**

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

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

Yogyakarta, 24 Mei 2021



Behindra Ayu Nariswari

11170192

HALAMAN MOTTO

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

-Filipi 4:13-

“Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu.”

-1 Tesalonika 5:18-

“Imperfections are the perfection of a human being.”

-Young K of Day6-

“Don't ever call your vision a dream. Dreams are unattainable wants you see during your sleep. Call it a goal, cause goals are real”

-Jae of Day6-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing, dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis mampu melewati proses ini.
2. Ayahanda, Ibunda dan saudara kandung tercinta yang telah memberi kehangatan, dorongan, motivasi, serta bimbingan.
3. Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd. MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Para dosen yang telah memberikan ilmu serta bimbingan dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
5. Sahabat penulis: Shelamita, Ita, Nias, Indah, Nuning, dan Caca yang memberikan semangat dan motivasi.
6. Sahabat penulis dari awal perkuliahan: Krisna Triatna dan Yunike Gloria yang telah membantu dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua pihak yang tak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Tamansari Café Yogyakarta”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksanakan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis mampu melewati proses ini.
2. Ayahanda, Ibunda dan saudara kandung tercinta yang telah memberi kehangatan, dorongan, motivasi, serta bimbingan.
3. Dr. Perminas Pangeran, M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. Drs. Purnawan Hardiyanto, M.Ec., Dev, selaku dosen wali yang memberikan arahan dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd. MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan ilmu serta bimbingan dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi.
7. Sahabat penulis: Shelamita, Ita, Nias, Indah, Nuning, dan Caca yang memberikan semangat dan motivasi.
8. Sahabat penulis dari awal perkuliahan: Krisna Triatna dan Yunike Gloria yang telah membantu dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Semua pihak yang tak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta,

Belindra Ayu Nariswari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Batasan Penelitian	8
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1. Kualitas Produk	9
2.2. Kualitas Pelayanan	15
2.3. Persepsi Harga	22
2.4. Indikator Harga.....	25
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	30
2.6. Penelitian Terdahulu.....	35
2.7. Kerangka Berpikir	41
2.8. Perumusan Hipotesis	41
BAB III	46

METODE PENELITIAN	46
3.1. Jenis Penelitian	46
3.1.1. Deskriptif	46
3.1.2. Kuantitatif	46
3.2. Sumber Data	46
3.2.1. Data Primer	46
3.2.2. Data Sekunder	47
3.3. Variabel Penelitian	47
3.3.1. Variabel Bebas (Independen)	47
3.3.2. Variabel Bergantung (Dependen)	48
3.4. Metode Pengumpulan Data	48
3.4.1. Kuesioner	48
3.5. Populasi dan Sampel Penelitian	48
3.5.1. Populasi	48
3.5.2. Sampel	49
3.6. Skala Pengukuran	50
3.7. Definisi Operasional Variabel	51
3.7.1. Definisi Operasional Variabel	51
3.8. Metode Analisis Data	55
3.8.1. Uji Validitas	55
3.8.2. Uji Reliabilitas	55
3.8.3. Analisis Deskriptif	56
3.9. Pengujian Hipotesis	56
3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.9.2. Koefisien Determinasi (R^2)	57
3.9.3. Uji Simultan (Uji F)	57
3.9.4. Uji Parsial (Uji t)	58
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian	61
4.1.1. Uji Validitas	61
4.1.2. Uji Reliabilitas	63
4.2. Deskripsi Responden	65

4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	67
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	69
4.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Kunjungan 6 (enam) bulan terakhir	70
4.3.	Pengujian Hipotesis	71
4.3.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	71
4.3.2.	Koefisien Determinasi (R^2)	74
4.3.3.	Uji Simultan (Uji F)	75
4.3.4.	Uji Parsial (Uji t).....	77
4.4.	Pembahasan	79
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	80
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.4.3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	82
BAB V.....		84
PENUTUP.....		84
5.1.	Kesimpulan.....	84
5.1.1.	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	84
5.1.2.	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85
5.1.3.	Hasil Analisis Uji F.....	85
5.1.4.	Hasil Analisis Uji t	85
5.2.	Keterbatasan Penelitian	86
5.3.	Saran.....	86
5.3.1.	Saran bagi Tamansari Café	86
5.3.2.	Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional	52
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Secara Keseluruhan	65
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	69
Tabel 4.11 Jumlah Responden Berdasarkan Kunjungan.....	70
Tabel 4.12 Coefficients ^a	71
Tabel 4.13 Model Summary.....	75
Tabel 4.14 ANOVA ^a	76
Tabel 4.15 Coefficients ^a	77

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kafe di DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta).....	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	100
Lampiran 3 SPSS REGRESI.....	104
Lampiran 4 Data Excel Kuesioner	108

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.

Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linear berganda, koefisien determinasi, uji F dan uji t. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* sebanyak 100 responden. Variabel independen dari penelitian ini adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen.

Hasil dari analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R²*) dari penelitian ini sebesar 0,739 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga) berpengaruh sebesar 73,9% terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Sedangkan sisanya, yaitu 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and price perception on consumer satisfaction at Tamansari Café Yogyakarta.

The research was conducted with a quantitative approach and data collection was carried out through filling out a questionnaire then analyzed descriptively, multiple linear analysis, coefficient of determination, F test and t test. Samples were taken using a non probability sampling method of 100 respondents. The independent variables of this study are product quality, service quality, and price perception, while the dependent variable is consumer satisfaction.

The results of the data analysis that have been done show that product quality, service quality, and price perception have a significant effect on consumer satisfaction at Tamansari Café Yogyakarta. The coefficient of determination (adjusted R^2) of this study is 0.739, so it can be concluded that the independent variables (product quality, service quality, and price perception) have an effect of 73.9% on the dependent variable (consumer satisfaction). While other influences the remaining 26.1% variables are not examined.

Keywords: product quality, service quality, price perception, and consumer satisfaction.

© UKD M

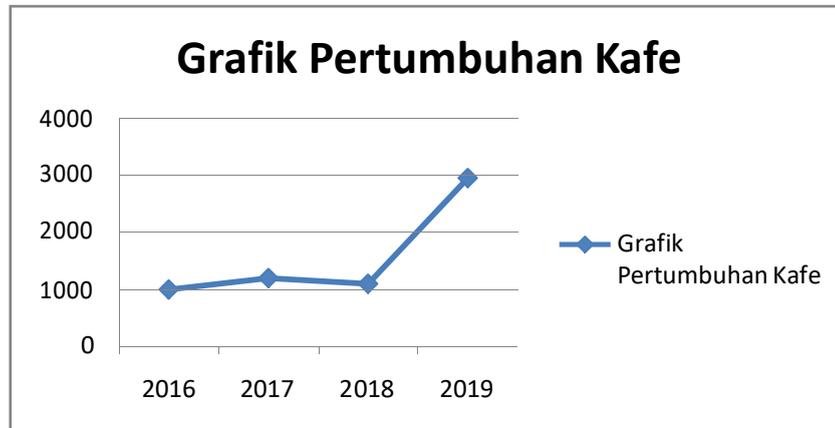
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya dunia bisnis, membuat persaingan bisnis juga semakin ketat. Salah satu bisnis yang sedang berkembang dan merasakan ketatnya persaingan adalah bisnis di bidang kuliner, seperti kafe. Bisnis kafe berkembang karena adanya budaya *nongkrong* yang semakin berkembang pula di kalangan masyarakat. *Nongkrong* merupakan sebutan yang digunakan oleh masyarakat saat ini, ketika sedang berkumpul dengan teman maupun keluarga. Melalui budaya *nongkrong* ini, masyarakat dapat melepas penat, mencari suasana baru sebagai hiburan, atau hanya sekedar untuk menghabiskan waktu luang. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat mengisi waktu *nongkrong* ini dengan kegiatan yang lebih positif, seperti berdiskusi untuk saling bertukar informasi. Selain itu, budaya *nongkrong* juga dapat digunakan masyarakat untuk berwisata kuliner, sebab setiap kafe pasti menyediakan produk makanan dan minuman sesuai dengan ciri khas kafe tersebut, Ahmad Fauzi (2017). Dikarenakan hal tersebut, pelaku bisnis melihat budaya *nongkrong* ini sebagai peluang usaha, sehingga para pelaku bisnis mendirikan kafe sebagai tempat untuk memfasilitasi masyarakat yang mengikuti budaya tersebut. Seiring dengan bertambahnya minat masyarakat terhadap budaya *nongkrong* ini, maka berpengaruh juga terhadap pertumbuhan kafe.

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kafe di DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta)



Sumber: krjogja.com (2019)

Dari beberapa kafe yang terdapat di Yogyakarta, kafe yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah Tamansari Café, karena kafe ini memiliki konsep berbeda dengan kafe-kafe lainnya yang berada di Yogyakarta. Tidak hanya sebagai tempat untuk berkumpul, kafe ini juga ingin mengenalkan budaya Jawa melalui kemasan dan produk yang ditawarkan. Kafe ini mengusung konsep tradisional dan modern. Sesuai dengan nama kafinya, yaitu Tamansari Café, kafe ini terletak di area tempat wisata “Tamansari”, dimana area tersebut berdekatan dengan Keraton Yogyakarta. Secara konsep tradisional, kafe ini menawarkan kopi dengan varian keraton, yang kemudian menu-menunya diberi nama sesuai dengan tokoh-tokoh wayang. Terdapat juga, *healthy coffee series* dimana varian tersebut, mencampurkan rempah-rempah khas Indonesia seperti kunyit dan jahe dengan kopi. Dari sisi modern, Tamansari Café menyediakan minuman seperti *mojito*, jus buah, dan kopi dengan campuran susu.

Selain minuman, terdapat juga makanan yang dihidangkan sebagai pendamping minum kopi. Sama halnya dengan minuman, makanan yang ditawarkan, juga mengusung konsep tradisional khas Indonesia dan modern. Dari segi makanan khas Indonesia, terdapat telur dan ayam yang kemudian diberi *topping* sambal matah, terdapat pula singkong goreng, dan nasi goreng. Sedangkan dari segi modern, makanan yang ditawarkan adalah *cordon blue*, *chicken wings*, *french fries*, dan lain-lain. Tamansari Café juga menyediakan fasilitas seperti WiFi, stopkontak, *outdoor* yang luas, dan *indoor* AC, sehingga dapat menambah kenyamanan bagi pelanggan ketika sedang berkumpul dan mengerjakan tugas.

Pertumbuhan kafe yang semakin meningkat, mendorong pelaku bisnis untuk memaksimalkan kinerja bisnis, supaya bisnis kafe dapat mencapai hasil yang maksimal. Hal terpenting perusahaan untuk dapat memaksimalkan hasil dan terus bersaing adalah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, pelaku bisnis perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat. Pemilihan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, dapat membantu perusahaan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2012, p. 24), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Wilkie dalam Tjiptono (2008, p. 24) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Daryanto (2014) faktor-faktor yang dapat mendorong kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas

produk, kualitas pelayanan dan harga. Melalui kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif, maka akan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kualitas produk merupakan hal penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2009) kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk menjadi hal penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan, sebab melalui pembelian produk, akan memberikan pengalaman dan kesan bagi pelanggan mengenai baik dan buruk produk tersebut. Pada bisnis yang bergerak di bidang kuliner, salah satunya kafe, dimana pelaku usaha menawarkan makanan dan minuman, maka pelaku usaha harus memberikan kualitas produk yang baik melalui makanan dan minuman yang ditawarkan. Untuk memberikan kualitas produk yang baik, maka pelaku usaha perlu memperhatikan faktor yang mempengaruhi kualitas produk pada makanan dan minuman. Faktor-faktor tersebut diantaranya, variasi makanan dan minuman yang ditawarkan, higienitas, cita rasa, penyajian produk, dan tingkat kematangan. Jika pelaku usaha dapat memenuhi faktor-faktor tersebut, sehingga pelanggan mendapatkan kualitas produk yang baik, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dapat dipersepsikan bahwa pelanggan mendapatkan kepuasan.

Selain kualitas produk yang baik, kualitas pelayanan juga menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001) kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antar kenyataan dan harapan pelanggan atas kepuasan pelanggan yang mereka

terima atau peroleh. Terlebih pada bisnis kafe yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan harus dilakukan oleh pelaku bisnis, hal ini disebabkan karena pelaku bisnis akan berhadapan langsung dengan pelanggan. Melalui kualitas pelayanan yang baik, pelanggan akan merasa lebih dihargai sehingga akan memberikan nilai tambah terhadap kafe tersebut, Tjiptono (2012). Bisnis kafe yang mampu memenuhi harapan pelanggan dan memberikan pelayanan yang berkualitas, akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kualitas pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui ketanggapan dalam memberikan informasi kepada pelanggan, kecepatan dan ketepatan dalam menanggapi keluhan pelanggan, serta jaminan yang diberikan kepada pelanggan apabila terjadi kesalahan yang dilakukan tanpa sengaja. Pelanggan yang puas terhadap kafe yang memberikan kualitas pelayanan yang baik, dapat melakukan pembelian berulang dan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk datang pada kafe tersebut. Oleh karena itu, pelaku bisnis bidang kafe harus benar-benar memikirkan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Aspek selanjutnya dalam memenuhi kepuasan pelanggan adalah persepsi harga. Menurut Armstrong dan Kotler (2008) persepsi harga adalah nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk. Dalam menentukan harga suatu produk maupun jasa, perusahaan harus mengetahui target pasar dari produk atau jasa yang dimiliki. Perusahaan yang menawarkan produk atau jasa dengan harga kompetitif akan lebih diminati oleh pelanggan. Harga kompetitif, artinya perusahaan dapat menyediakan barang atau jasa dengan

harga yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan memiliki nilai guna bagi pelanggan. Harga yang sesuai dengan manfaat dan sesuai harapan bagi konsumen, akan menimbulkan perasaan puas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.”**

©UKDW

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan kafe terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kafe terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat bagi peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan peneliti dapat menerapkan ilmu ekonomi khususnya pada bidang manajemen pemasaran yang telah diperoleh di perkuliahan, dan dapat menambah wawasan serta

pengalaman dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.

2. Manfaat bagi Tamansari Café

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam merencanakan strategi pemasaran dan evaluasi kinerja perusahaan sehingga dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk menentukan kebijakan dalam menentukan harga, dan peningkatan kualitas layanan maupun kualitas produk.

3. Manfaat bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk memperkaya kajian-kajian yang berhubungan dengan manajemen pemasaran bagi dunia pendidikan dan peneliti lainnya.

1.5. Batasan Penelitian

1. Lokasi Penelitian : Kota Yogyakarta
2. Variabel Bebas : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga
3. Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan
4. Responden : Konsumen yang pernah mengunjungi dan mengkonsumsi produk Tamansari Café minimal 1 (satu) kali selama 6 (enam) bulan terakhir
5. Jumlah Responden : 100 orang

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab 4 mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

5.1.1. Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

- a. Konsumen Tamansari Café didominasi oleh konsumen dengan jenis kelamin laki-laki, yaitu sebesar 52 orang (52%).
- b. Konsumen berdasarkan usia didominasi oleh konsumen yang memiliki rentang usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 37 orang (37%).
- c. Konsumen tertinggi berdasarkan pekerjaan adalah konsumen yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, dengan total 40 orang (40%).
- d. Konsumen berdasarkan pengeluaran tertinggi adalah konsumen dengan pengeluaran per bulan sebesar \leq Rp 1.000.000, yaitu sebanyak 42 orang (40%).
- e. Konsumen berdasarkan kunjungan dalam waktu 1 tahun terakhir yaitu dilakukan 1-2 kali memiliki jumlah tertinggi, sebesar 51 orang (51%).

5.1.2. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis regresi koefisien determinasi, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 73,9% terhadap variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 26,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3. Hasil Analisis Uji F

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta, karena memiliki nilai signifikan 0,000.

5.1.4. Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup faktor kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk, sedangkan masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Jumlah responden dalam penelitian ini terbatas hanya pada 100 responden saja.
3. Kuesioner yang dibagikan kepada responden memiliki jawaban tertutup, sehingga responden memiliki jawaban yang terbatas.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

5.3.1. Saran bagi Tamansari Café

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta. Oleh karena itu, diharapkan Tamansari Café dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan supaya kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta. Oleh karena itu, diharapkan Tamansari Café dapat mempertahankan pemberian harga yang sesuai dengan

manfaat yang didapatkan oleh pelanggan supaya kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Tamansari Café Yogyakarta. Oleh karena itu, diharapkan Tamansari Café dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk supaya kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

5.3.2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya

1. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat mengembangkan atau menambahkan faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.
2. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat menambahkan jumlah responden sehingga dapat mencakup informasi yang lebih luas.
3. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam mendapatkan data dengan jawaban terbuka seperti melakukan wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, dan Gede Kamajaya. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi*.
- Amstrong, P. K. (2004). *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9*. Jakarta: PT. Indeks Kel. Gramedia.
- Armstrong, Philip Kotler dan Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Armstrong, Philip Kotler dan Gary. (2013). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Ayse Özfer Özcelik, Lale Sariye Akan and Metin Saip Sürücüoğlu. (2007). An Evaluation of Fast-Food Preferences According to Gender. *Humanity & Social Sciences Journal 2*.
- Buchari, A. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Chandra, F. Tjiptono dan G. (2011). *Service, quality, & satisfication (3rd ed)*. Yogyakarta: Andi.
- Chase B. Richard, A. J. (1995). *Production and Operations Management*.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Nusa.
- Daryanto, & I. Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dr. Edy Purwanto, M. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gaspersz. (2005). *Ekonomi Manajerial: Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Gujarati. (2013). In R. C. Mangunsong, *Dasar-dasar Ekonometrika*. Jakarta : Salemba Empat.

- I Ismail, Haron, dan DN Ibrahim. (2006). Service Quality Client Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm. *Managerial Auditing Journal*.
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, SE., MM, dan Edward Gagah PT, Se., MM. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*.
- Irawan. (2003). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Irawan, H. (2007). *Prinsip Kepuasan Konsumen*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jones. (2000). *Food Quality Analysis*.
- Kasmir. (2013). *Kewirausahaan*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (Pemasaran. Jilid 2. Edisi 12. Alih Bahasa: Bob Sabran.). *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe One Eighteenth Coffe. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Lamb. (2001). *Pemasaran. Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malhotra. (2005). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta: Indeks.
- Mauludin. (2010). *Metode Penelitian dan Pengolahan Data Penelitian (Pendekatan Praktis)*. Singosari.
- Minor dan Mowen . (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Kelima. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nazir. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Olson dan Peter. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi 9*. Salemba Empat.

- Prawirosentono, Suyadi. (2004). *Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rina Martiana, dan Sheli Apriani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *Journal of Management Studies*.
- Sekaran. (2007). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sopiah, S. E. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. . Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeth.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*.
- Sulistiyastuti, Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-Masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Susanto, Philip Kotler dan A.B. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susiladewi. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Kupu Datu Banjarbaru. *Jurnal Komunikasi Bisnis*.
- Syarif, Alvin Mariansyah dan Amirudin. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*.
- Tjiptono dan Chandra . (2013). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2004). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI.
- Wright dan C. Lovlock . (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- krjogja.com*. (2019, December 18). Retrieved January 22, 2021, from <https://www.krjogja.com/ekonomi/bisnis/prospek-bisnis-kedai-kopi-2020->

masih-menjanjikan/: <https://www.krjogja.com/ekonomi/bisnis/prospek-bisnis-kedai-kopi-2020-masih-menjanjikan/>

©UKDW