

**ANALISIS PENGARUH ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI  
KEDAI KOPI FRESH COFFE LABUAN BAJO**

**SKRIPSI**



DISUSUN OLEH:

**GENOVEVA FLORA**

**11170220**

**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 : Genoveva Flora  
NIM : 11170220  
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 ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI FRESH COFFE, LABUAN BAJO”**

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 : 05 Juli 2021

Yang menyatakan



(GENOVEVA FLORA)

NIM. 11170220

## **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:

Genoveva Flora

11170220

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**“ANALISIS PENGARUH ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI FRESH COFFE, LABUAN BAJO”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**GENOVEVA FLORA**

**11170220**

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana


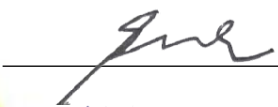
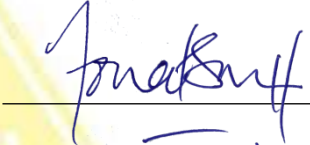
dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana

Manajemen pada tanggal (15 juni 2021)

**Nama Dosen**

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

**Tanda Tangan**

Yogyakarta, 6 Juli 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya atas nama Genoveva Flora , ingin menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“Analisis Pengaruh Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Fresh Coffe Labuan Bajo”.**

Tidak terdapat secara keseluruhan dalam menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat, gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya salin atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan dalam tulisan saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa bila terbukti ternyata saya melakukan tindakan tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi, yaitu pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 18 Mei 2021



Genoveva Flora

**HALAMAN MOTO**

**JADILAH PERUBAHAN YANG INGIN KAMU LIHAT DI DUNIA**

©UKDW

## HALAMAN PERSEMBAHAN

penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Kedua Orang Tua dan Saudara/i
3. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. selaku dosen pembimbing
4. Bapak dan Ibu dosen fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
5. Kakak Tomi Jedoko selaku pemilik Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo
6. Kaka Tingkat (Andik, Yebri, Ayi, Cimi, Efrin, dan Reni,)
7. Teman-teman (Jesica jehudu, Densi ratna, Grace bot, Angela jehanus, dan Aci aram)

## KATA PENGANTAR

Saya ucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, dan rahmatnyaNya, saya bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ Analisi Pengaruh *Atmosphere*, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo”. Skripsi ini di buat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen.

Penulis skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan berbagai pihak. Maka penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kepada Orang Tua saya yang telah mendoakan, membiayai, mendukung dan selalu memberikan semangat sampai selesainya penyusunan skripsi ini. Dan kepada saudara-saudara saya yang sudah membantu apabila saya sedang merasa kesulitan.
2. Kepada bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang sudah membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi saya.
3. Bapak dan Ibu dosen fakultas bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang sudah membantu memberikan ilmu.
4. Kepada kakak Tomi Jedoko selaku pemilik Kedai Kopi *Freh Coffe* Labuan Bajo yang sudah membantu saya untuk memperbolehkan melakukan penelitian di tempatnya.



5. Kepada Kaka Tingkat (Andik, Yebri, Ayi, Cimi, Efrin, dan Reni,) yang sudah membantu ketika saya merasa kesulitan, dan membagikan pengalaman yang sangat berguna.
6. Kepada Teman-teman (Jesica jehudu, Densi ratna, Grace bot, Angela jehanus, dan Aci aram) yang sudah memberikan semangat dan canda tawa dalam suka maupun duka.

©UKDW

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ASTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5

1.5. Batasan Masalah .....	6
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1. Kajian Teori .....</b>	<b>7</b>
2.1.1. <i>Atmosphere</i> .....	7
2.1.2. Persepsi Harga .....	15
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.4. Kepuasan Konsumen .....	18
<b>2.2. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3. Kerangka Konseptual Penelitian.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>24</b>
A. Hubungan Antara <i>Atmosphere</i> dan Kepuasan Konsumen .....	24
B. Hubungan Antara Persepsi Harga dan Kepuasan Konsumen .....	24
C. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.....	25
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
<b>1.1. Jenis Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>1.2. Sumber Data.....</b>	<b>26</b>
<b>1.3. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>27</b>
<b>1.4. Populasi dan Sampel.....</b>	<b>27</b>
<b>1.5. Variabel Penelitian.....</b>	<b>28</b>
<b>1.6. Skala Pengukuran Variabel.....</b>	<b>28</b>

<b>1.7. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>29</b>
<b>1.8. Unit Analisis .....</b>	<b>33</b>
<b>1.9. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>34</b>
<b>1.10 Teknik Pengujian Instrument.....</b>	<b>34</b>
a. Uji Validitas .....	34
b. Uji Reliabilitas .....	35
<b>1.11. Uji Hipotesis .....</b>	<b>36</b>
a. Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	37
c. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	38
d. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	38
<b>BAB 4 PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
<b>4.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>39</b>
a. Hasil Uji Validitas.....	40
b. Hasil Uji Reliabilitas.....	43
<b>4.2. Hasil Deskripsi Responden .....</b>	<b>45</b>
A. Berdasarkan Usia .....	45
B. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46

C. Berdasarkan pendapatan.....	47
D. Berdasarkan frekuensi kunjungan.....	48
<b>4.3. Hasil Uji Hipotesis .....</b>	<b>48</b>
1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
2. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
3. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	51
4. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	52
<b>4.4. Pembahasan Hasil Analisis Data .....</b>	<b>54</b>
1. Pengaruh <i>Atmosphere</i> terhadap Kepuasan Konsumen .....	55
2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	56
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
<b>5.1. Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>60</b>
1. Perusahaan .....	60
2. Peneliti Selanjutnya .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR TABEL

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu .....	20
3.1. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	30
4.1. Tabel Hasil Uji Validitas.....	40
4.2. Tabel Hasil Uji Reliabilitas <i>Atmosphere</i> .....	43
4.3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga.....	44
4.4. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	44
4.5. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	44
4.6. Profil Responden Menurut Usia .....	45
4.7. Profil Responden Menurut Jenis Kelamin .....	46
4.8. Profil Responden Menurut Pendapatan.....	47
4.9. Profil Responden Menurut Frekuensi Kunjungan .....	48
4.9. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda.....	49
4.10. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	51
4.11. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	52
4.12. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	53
4.13. Hasil Penelitian .....	54

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Skema Kerangka Pemikiran.....	23
------------------------------------	----

©UKDW

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Data Kuesioner .....	79
Lampiran 3. Hasil Olah SPSS.....	71
Lampiran 4. R Tabel .....	75
Lampiran 5 Halaman Persetujuan .....	76
Lampiran 6. Kartu Konsultasi.....	77
Lampiran 7 Judul Bahasa Inggris.....	80
Lampiran 8 Lembar Revisi .....	81

© UYKDN



## ABSTRAK

### **ANALISIS PENGARUH ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI FRESH COFFE, LABUAN BAJO.**

Genoveva Flora (11170220)

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email: [genovevaflora03@gmail.com](mailto:genovevaflora03@gmail.com)

Tujuan di lakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh *atmosphere*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo. Populasi dalam penelitian ini ialah warga Labuan Bajo. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini ialah warga Labuan Bajo yang pernah ke kedai kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo sebanyak 150 responden

Data yang sudah di kumpulkan di lakukan dengan cara membagikan kuesioner yang sudah di uji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang di gunakan ialah Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji  $R^2$ , Uji F, dan Uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kunci : Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan.**

## **ABSTRACT**

### ***INFLUENCE ANALYSIS OF ATMOSPHERE , PRICE PERCEPTION, AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER SATISFICATION AT THE A FRESH COFFE SHOP, LABUAN BAJO.***

Genoveva Flora (11170220)

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

Yogyakarta Email: [genovevaflora03@gmail.com](mailto:genovevaflora03@gmail.com)

*The purpose of this research is to determine the effect of atmosphere, price perception, and service quality on customer satisfaction at the Fresh Coffe Labuan Bajo coffee shop. The population in this study were residents of Labuan Bajo. The sample used in this research is the residents of Labuan Bajo who have been to the Fresh Coffe Labuan Bajo coffee shop as many as 150 respondents.*

*The data that has been collected is done by distributing questionnaires that have been tested for validity and reliability. The data analysis technique used is the Multiple Linear Regression Analysis Test, R2 test, F test, and t test.*

*The results showed that atmosphere has a significant effect on customer satisfaction, perceived price has a significant effect on customer satisfaction, and service quality has a significant effect on customer satisfaction.*

***Keywords: Atmosphere, Price Perception, and Service Quality.***

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang penuh dengan kekayaan alam. Banyaknya rempah-rempah, menjadikan Indonesia dikenal oleh banyak negara lainnya. Kopi adalah salah satu hasil rempah yang banyak digemari oleh khalayak umum. Selain karena warisan leluhur, kopi memiliki rasa yang khas bagi penikmatnya sehingga banyak orang yang menjalankan bisnis kopi untuk mendapatkan keuntungan. Untuk mendapatkan keuntungan, para pebisnis akan melakukan dasar-dasar dalam perancangan bisnis untuk menyukseskan segala usahanya (Meldariana dan Lisan, 2010). Salah satu bentuk dari bisnis kopi yang paling sering ditemukan saat ini adalah kedai kopi. Kebutuhan akan kopi menciptakan rasa penasaran akan mendirikan bisnis kedai kopi karena pada saat ini kebiasaan meminum kopi bukan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan semata, namun juga menjadi bagian gaya hidup (*life style*) tersendiri bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.

Kedai kopi (*coffee shop*) bisa diartikan sebagai *café* kecil yang menyediakan produk pengelolaan kopi, kopi siap saji, hingga makanan ringan sebagai teman untuk saat meminum kopi. Pengertian kedai kopi (*coffee shop*) sendiri dalam kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) adalah tempat menyediakan minum (misalnya kopi, teh) dan makanan kecil (misalnya gorengan, kue-kue, dan sebagainya).

Persaingan dunia usaha mengharuskan para pelaku usaha kedai kopi untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat yang dapat mempertahankan eksistensi kedainya. Strategi pemasaran yang baik dan cepat merupakan faktor terpenting, karena strategi berpengaruh langsung terhadap kelancaran dan keberhasilan dalam penguasaan pasar. Penguasaan terhadap pasar adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang di laksanakan oleh pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, berkembang, dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Hal ini dapat terjadi apabila konsumen merasa tertarik dan puas akan produk yang di sajikan, harga yang di tawarkan terjangkau, kualitas pelayanan, lokasi, suasana dan kenyamanan dan fasilitas yang menciptakan kedai kopi yang unik dan berbeda dari kedai kopi yang lainnya.

Kedai kopi pada umumnya berada di tempat yang ramai dengan jumlah penduduk yang banyak atau tempat wisata. Salah satu tempat wisata yang sering di kunjungi wisatawan saat ini adalah kota kecil Labuan Bajo yang merupakan salah satu tempat wisata yang di tetapkan sebagai tempat wisata super premium oleh presiden Indonesia. Banyaknya jumlah pengunjung membuat kota Labuan Bajo di penuh dengan hotel, kafe, serta kedai kopi. Salah satu kedai kopi yang menjadi tempat penelitian adalah kedai kopi “Fresh coffe”.

Menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan konsumen adalah situasi yang di tunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan konsumen merupakan perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk/jasa selama menggunakan atau setelah menggunakan jasa atau produk Bachtiar (2011) dalam jurnal Indriaty (2016). Untuk

menarik perhatian konsumen dalam memenangkan persaingan adalah membuat konsumen merasa nyaman dengan cara memperhatikan *Atmosphere*.

*Atmosphere* merupakan rancangan suasana kedai seperti *architecture, layout, signs and displays, coloring, lighting, air temperature, sound and smell*, dimana rancangan ini akan saling menguntungkan dan menciptakan gambaran usaha dalam benak konsumen (Kartika dan Syahputra, 2017:165). Suasana yang mampu menciptakan ingatan yang baik dapat membuat konsumen melakukan pembelian kembali. *Atmosphere* yang baik perlu juga di dukung oleh persepsi harga yang sesuai dan terjangkau.

Menurut Wariki, Mananeke & Tawas (2015:1074), persepsi harga adalah suatu pandangan seseorang tentang kesesuaian harga terhadap produk dan harga produk terhadap kemampuan financial untuk mendapatkan produk tersebut. Peter dan Olson (2008) dalam Fatmawati & Soliha (2017) berpendapat bahwa Harga dapat menggambarkan suatu merek dan memberikan keunggulan kompetitif fungsional. Hal ini membuat konsumen memahami harga secara keseluruhan dan membuat konsumen merasakan makna yang dalam bagi konsumen. Di simpulkan persepsi harga untuk hal ini membuat setiap individu dapat menilai sebuah produk baik murah, mahal atau biasa saja tergantung dari diri sendiri, karena keputusan tergantung pada ekonomi atau penghasilan setiap individu. Penentuan harga yang baik oleh pelaku usaha dapat membuat konsumen merasa puas dan melakukan pembelian yang dapat menguntungkan pengusaha. Di tambah dengan kualitas pelayanan yang baik dan ramah akan membuat konsumen merasa nyaman.

Kualitas pelayanan adalah suatu pelayanan yang di harapkan oleh konsumen untuk memenuhi kriteria konsumen sesuai harapan yang di inginkan dan yang di butuhkan

(Tjiptono, 2010: 259) dalam Diasari (2016). Tujuan berbisnis adalah mewujudkan dan mendapatkan konsumen yang melakukan proses pembelian secara berulang kali di perusahaan. Oleh karena itu memberikan pelayanan yang baik, sopan dan ramah akan membuat pelanggannya nyaman dan mengarah pada pengulangan pembelian jasa atau produk dan terjadinya kelekatan emosional terhadap merek serta preferensi rasional, sehingga hasilnya adalah kesetiaan (*loyalitas*) konsumen yang tinggi.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai ANALISIS PENGARUH ATMOSPHERE, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI FRESH COFFE LABUAN BAJO.

## 1.2. Rumusan Masalah

- a. Apakah *Atmosphere* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo?
- b. Apakah Persepsi harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo?

## 1.3. Tujuan Penulisan

- a. Untuk menganalisis pengaruh *Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo.
- b. Untuk Menganalisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan konsumen di Kedai kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo.
- c. Untuk menganalisis pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo.

## 1.4. Manfaat Penulisan

penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Dapat meningkatkan daya pikir, kreatifitas, *skill* komunikasi serta keberanian yang di butukan dalam penelitian ini.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat di gunakan sebagai salah satu evaluasi dalam bisnis yang berkaitan dengan *Atmosphere*, persepsi harga, dan kualitas pelayanan untuk memulai serta mengembangkan bisnis.

c. Bagi Universitas

Universitas dapat mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswanya dalam berinteraksi dan mengimplementasikan ilmu yang telah di berikan dalam perkuliahan pada perusahaan yang akan mereka tempati.

### 1.5. Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah yang di teliti sebagai berikut:

- a. Penelitian terbatas pada *Atmosphere*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo.
- b. Penelitian ini di lakukan terhadap responden yang pernah berkunjung dan membeli minuman dan makanan yang ada di Kedai kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo.
- c. Lokasi penelitian hanya di lakukan di Kedai Kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo
- d. Waktu penelitian bulan Maret-April 2021
- e. Responden berjumlah 150 orang.



## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengujian hipotesis dalam model regresi linear berganda  $Y=3.044 + 0.087x_1 + 0.0275x_2 + 0.109x_3$  menjelaskan bahwa *atmosphere*, persepsi harga dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini dapat di simpulkan bahwa:

1. *Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi *Fresh Coffe*. Hal ini di karenakan responden merasa desai papan nama atau logo terlihat jelas dan mudah di cari, adanya tempat paker, tempat parkirnya luas, desain bangunannya unik, suasana lingkungan sekitarnya nyaman dan sejuk, mudahnya akses untuk menuju kekedai, selalu menjaga kebersihan, pencahayaan pada kedai mencukupi, penataan produknya baik, daftar menunya di tampilkan dengan baik, serta penempatan meja dan kursinya diatur dengan baik akan membuat konsumen nyaman dan puas.
2. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi *Fresh Coffe* dalam artian responden setuju dan puas dengan persepsi harga produk yang di tawarkan oleh karyawan kedai kopi *Fresh Coffe*.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi *Fresh Coffe*.

Hal ini di karenakan responden nyaman dengan karyawan kedai kopi *Fresh Coffe* selalu berpakaian sopan dan rapi, karyawan kedai selalu menjaga kebersihan peralatan minuman dan makanan, respon yang di berikan karyawan kedai terhadap keluhan pelanggan baik, karyawan di kedai memberikan pelayanan sesuai harapan konsumen, karyawan melayani dengan ramah dan cepat. Karyawan di kedai melayani dengan ramah dan cepat, karyawan selalu mengutamakan salam, sapa, senyum ketika melayani, parkirannya menjamin keamanan kendaraan, makanan dan minuman yang di sajikan sesuai pesanan pelanggan, karyawannya membantu memberikan saran memilih kopi serta penyajiannya kepada pelanggan ketika kebingungan memilih menu, karyawan juga dengan baik menjelaskan menu yang di pesan pelanggan.

4. Berdasarkan hasil uji deskriptif yang di peroleh dapat di ketahui bahwa pelanggan yang paling sering mengunjungi dan membeli di kedai kopi *Fresh Coffe* Labuan Bajo adalah pelanggan laki-laki yang berusia 20-25 tahun dengan pendapatan < Rp. 1. 000.000 per bulannya dan frekuensi kunjungan sebesar 2 kali.

## 5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang sudah di sajikan, maka penulis dapat memberikan yang di harapkan dapat bermanfaat bagi:

### 1. Perusahaan

- a. Kedai kopi *Fresh Coffe* di harapkan dapat menciptakan *atmosphere* atau suasana nyaman mungkin dan membuat pelanggan puas seperti penyediaan alat permainan yang dapat menghibur pelanggan.
- b. Kedai kopi *Fresh Coffe* di harapkan terus mempertahankan kesesuaian harga sebagai keunggulan dalam bersaing dengan kedai kopi lainnya mengingat bahwa kedai kopi *Fresh Coffe* ini sudah menjadi salah satu tempat favorit masyarakat atau kalangan anak muda untuk menikmati makanan dan minuman dengan persepsi harga yang sesuai ekspektasi mereka. Selain itu,
- c. Kedai kopi *Fresh Coffe* di harapkan terus mempertahankan dan meningkatkan keterampilan kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang memuaskan kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman, puas dan sesuai harapan.

### 2. Peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya di harapkan mampu menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

- b. Peneliti selanjutnya di harapkan melakukan penyebarann kuesioner kepada responden secara langsung di tempat yang menjadi objek penelitian agar konsumen yang bersangkutan memberikan penilaian lebih objektif.

©UKDW

## DAFTAR PUSTAKA

- Andara, N., Masnon., & Dirgantara, M. (2020). Pengaruh Sistem Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pelayanan Publik Pegawai Negeri Sipil Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Badan Kepegawaian Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BKPSDM) Kota Sungai Penuh. *Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa*, 2(10):37.
- Apriyani, D.A. & Sunarti (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2):2.
- Darmawan, K.G., Yulianthini, N.N., & Mahardika, A.A.N.Y.M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1):77.
- Diasari, A.S. (2016). Pengaruh Harga, Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(12):4.
- Ernawatiningsih, L.P.N. (2019). Analisis Determinan Minat Mahasiswa Akuntansi Dalam Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 4(1):40.
- Fatmawati, N. & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1):8-9.
- Gunawan, A.A. & Sunardi, H. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 16(1):3.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1):71-72.
- Harjati, L. & Venesia, Y. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal WIDYA Ekonomi*, 1(1):73.

- Hidayat, T., Fauzi, A., & Nuralam, P.I. (2018). Pengaruh Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Distribution Store Inspired27 Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(1):49.
- Indriaty, L. (2016). Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Konsumen. *Pelayanan Jasa Atas Dimensi*, 4(1):28.
- Ismail, f.f. & Sudarmadi, D. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada. *Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1):5-7.
- Isnandari, A. & Sunarti. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Java Dancer Coffe). *Jurna Administrasi Bisnis*, 60(3):107.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2012-2021. Edisi ke-empat, Hak Cipta Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa).
- Kartika, M.D. & Syahputra (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffe Shop* Di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, 1(2):165.
- Kusumawathi, G.W.N., Darmawan, P.D., & Suryawardani, O.I. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, KUalitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seniman Coffe Studio. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(1):14-15.
- Meldarianda, R. & S Lisan, H. (2010). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 17(2):97.
- Nuryadi & Rahmawati, P. (2018). Persepsi Siswa Tentang Penerapan Model Pembelajaran Berbasis Proyek Ditinjau Dari Kreativitas dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Matematika: Jurnal Penelitian Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 3(1):57.
- Paris, Y., Rahman, S., & Rahmawati, D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Trevel. *Bongaya Journal Of Research in Management*, 3(2):26.
- Purnamasari, Y. I.G.A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1):3.

- Purnawijaya, M.G. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora* 7(1):3.
- Ramadhan, D. & Mahargiono, B.P. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 9(6):7.
- Roselina, A.M. & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Majalah Ilmiah Solusi*, 17(3):228.
- Safitri, I.N.S.R., Utami, S.S., & Sunarso. (2017). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café & Resto. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(2):397-398.
- Santosa, T.A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, dan E-WOM Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Kepuasan Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2):149.
- Soegiarto, U.P.K. & Masreviastuti. (2019). Pengaruh Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Alfabet Mart Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(1):91.
- Sriwidodo, A. & Masreviastuti. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tjangkirtjoekoer Babershop Kapanjen. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1):212.
- Sugiarto, U.B. & Subagio, H. (2014). Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 4(1):5.
- Summayah, I. & Rumpak, A.D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada 404 Eatery And Coffe, Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2):22.
- Wariki, M.G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA*, 3(2):1074.

Welsa, H. & Khoironi, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Khusus Pada Konsumen di Restoran Toean Watiman Yogyakarta). Jurnal EBANK, 10(1):14-15.

©UKDW