

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEBLAK ASGAR GEJAYAN DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



Oleh:

Donna Hanum Ghea Kumala

11170286

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
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 : Donna Hanum Ghea Kumala
NIM : 11170286
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEBLAK ASGAR GEJAYAN DI
DAERAH ISTIMEWA 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 : 2 Juli 2021

Yang menyatakan



(Donna Hanum Ghea Kumala)

NIM.11170286

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:

Donna Hanum Ghea Kumala

11170286

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEBLAK ASGAR GEJAYAN DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh
DONNA HANUM GHEA KUMALA
11170286

Dalam Ujian Program S1 Manajemen
Fakultas Bisnis

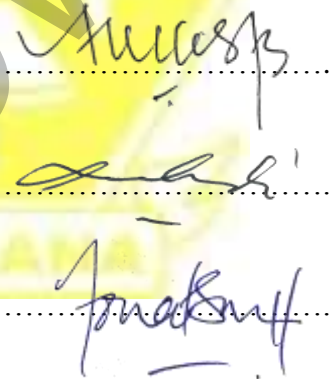
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal 16 April 2021.

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Pembimbing/Penguji)



Yogyakarta, 28 April 2021

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis



Drs. 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 PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEBLAK ASGAR GEJAYAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun. Kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 25 Maret 2021

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERA TEMPAK', and '1551AJK10873447'. The signature is in black ink and appears to be 'Donna Hanum Ghea Kumala'.

Penulis

Donna Hanum Ghea Kumala

HALAMAN MOTTO

Do the best and pray. God will take care of the rest.

(Lakukan yang terbaik, kemudian berdoalah. Tuhan yang akan mengurus sisanya)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak di bantu, di bimbing dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang selalu menjaga, menyertai, melengkapi dan membimbing saya dari awal perkuliahan hingga pada akhir perkuliahan bahkan sampai selama-lamanya.
2. Kedua orang tua penulis daddy dan mama tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang, perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.
3. Adek penulis karena telah memberikan semangat untuk penulis.
4. Dosen pembimbing saya bapak Jonathan Herdioko,SE.,M.M. terimakasih karena telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang telah membimbing dalam bidang Manajemen selama kurang lebih 4 tahun.
6. Teman-teman golongan kami (malicha lope-lope, mace pio, angek, ayuhuu, erika, orel, biel si bapak golkam, ge ndeng, mitiuw) terima kasih banyak sudah selalu sabar dan baik hati selama ini.
7. Kepada Malicha Dian Lestari yang selalu memberikan siraman rohani setiap waktu, membantu jika ada kesusahan dan selalu memberikan dukungan agar penulis tidak kendor semangatnya untuk mengerjakan skripsi.
8. Kepada sobatku di perantauan (megi, senti, yuni, leni) terima kasih sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis.

9. Kepada M.Irsal Sahputra terima kasih sudah memberikan dukungan dan ocehan dari jauh kepada penulis.
10. Sahabatku ditha, silvi, kiki, putri, evi, dan doni terima kasih sudah memberikan dukungan dari jauh kepada penulis.
11. Almamater Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW).

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna oleh karena itu, harapan penulis bahwa informasi dari skripsi ini mampu memberikan dampak dan manfaat yang positif bagi pembaca.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah memberikan kenikmatan berupa kesehatan dan kekuatan dalam penyusunan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta**” ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.

Dalam menjalankan dan menyelesaikan penulisan skripsi, penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini penulis sangat berterimakasih karena telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Jonathan Herdioko, SE., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam mengolah data dan mengerjakan SPSS untuk mendukung menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Kedua orang tua penulis daddy dan mama tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang, perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan tanggung jawab.
6. Adek penulis karena telah memberikan semangat untuk penulis.

7. Semua pihak dan rekan seperjuangan yang telah banyak memberi dukungan dan membantu dalam skripsi ini yang tidak bisa disebutkan semuanya.

Yogyakarta, 12 Maret 2021

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
ABSTRAK.....	xvii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
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
BAB II.....	6
LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2 Konsep Pemasaran.....	6
2.3 Manajemen Pemasaran.....	8
2.4 Perilaku Konsumen.....	9
2.5 Keputusan Pembelian.....	9
2.6 Kualitas Layanan.....	10
2.7 Indikator Kualitas Layanan.....	11
2.8 Persepsi Harga.....	12
2.9 Indikator Persepsi Harga.....	12
2.10 Lokasi.....	13
2.11 Indikator Lokasi.....	14
2.12 Kepuasan Konsumen.....	14

2.13	Konsep Kepuasan Konsumen	15
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....		15
2.14	Indikator Kepuasan Konsumen	16
2.15	Manfaat Kepuasan Konsumen.....	16
2.16	Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan.....	17
2.17	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan	17
2.18	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan	17
2.19	Penelitian Terdahulu	18
2.20	Kerangka Penelitian.....	19
2.21	Hipotesis.....	19
BAB III		20
METODOLOGI PENELITIAN.....		20
3.1	Data	20
3.2	Pengumpulan Data.....	21
3.2.1	Populasi.....	21
3.2.2	Sampel.....	21
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	22
3.3.1	Variabel Penelitian	22
3.3.2	Definisi Operasional	23
3.3.3	Pengukuran Variabel	24
3.4	Metode Analisi Data.....	25
3.4.1	Uji Validitas.....	25
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	25
3.4.3	Analisis Deskriptif.....	27
3.4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.4.5	Koefisien Determinasi (r^2)	28
3.5	Uji T.....	28
3.6	Uji f.....	29
3.7	Deskripsi Seblak Asgar	30
BAB IV		33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33

4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	34
4.1.1	Uji Validitas.....	34
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	36
4.2	Analisis Deskriptif.....	39
4.2.1	Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
4.2.2	Profil Responden berdasarkan usia	40
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi 6Bulan Terakhir Makan di Seblak Asgar Gejayan 41	
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Teman Berkunjung	42
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan Saat ini	42
4.3	Pengujian Statistik.....	43
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda	43
4.3.2	Koefisien Determinasi (r^2).....	46
4.3.3	Uji Sgnifikasi Secara Pengaruh Simultan (Uji F).....	46
4.3.4	Uji signifikasi pengaruh secara parsial (Uji t).....	48
4.4	Pembahasan Hasil	51
4.4.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta	52
4.4.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta	53
4.4.3	Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta.....	54
BAB V	55
PENUTUP	55
5.1	Kesimpulan	55
5.1.1	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden	55
5.1.2	Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2).....	56
5.1.3	Hasil Analisi Uji F.....	56
5.1.4	Hasil Analisi Uji t.....	57
5.2	Saran	57
5.2.1	Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Perusahaan.....	57
5.2.2	Saran untuk peneliti selanjutnya.....	58
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional	15
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	34
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan.....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	37

©UKDW

Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi.....	40
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Teman Berkunjung.....	41
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	41
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linear Berganda	43
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	46
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.17 Hasil Penelitian	50

©UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	15
Gambar 3.2 Dokumentasi	31
Gambar 3.3 Dokumentasi	31
Gambar 3.3 Dokumentasi	31
Gambar 3.4 Dokumentasi	31
Gambar 3.5 Dokumentasi	32
Gambar 3.6 Dokumentasi	32
Gambar 3.7 Dokumentasi	32
Gambar 3.8 Dokumentasi	32

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	59
LAMPIRAN 2 DATA REKAP RESPONDEN.....	65
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS.....	72
LAMPIRAN 4 HASIL KOESIONER GOOGLE FORM.....	80
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI SKRIPSI.....	90
LAMPIRAN 6 HALAMAN PERSETUJUAN.....	93
LAMPIRAN 7 LEMBAR REVISI.....	94
LAMPIRAN 8 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	95

©UKDW

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah membeli produk Seblak Asgar dalam 6 (enam) bulan terakhir. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden.

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu uji koefisien determinasi (R^2), uji F, dan uji t yang didahului dengan uji instrument penelitian, yaitu uji validitas, uji reabilitas.

Berdasarkan hasil analisis data didapatkan kesimpulan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen. Kesimpulan ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga, dan lokasi berpengaruh sebesar 65,5% Terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebanyak 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality, price and location perceptions on customer satisfaction in Seblak Asgar Gejayan Yogyakarta Special Region. This research is a quantitative research. In this study, the research variables were divided into two, namely the independent variable and the dependent variable. The independent variable in this study are service quality, price and location perceptions, while the dependent variable is customer satisfaction.

The population in this study were people in the Special Region of Yogyakarta. Determination of the sample using method *non-probability sampling*, with a *purposive sampling technique*, namely those who have bought Seblak Asgar products in the last 6 (six) months. While the sample in this study were 100 (one hundred) respondents.

The methods of data analysis in this study uses multiple linear regression analysis, namely the coefficient of determination (R^2), F test and t test, which is preceded by a research instrument test, namely the validity test, the reliability test.

Based on the results of data analysis, it was concluded that the three independent variables, namely service quality, perceived price and location, are proven to have a significant effect on the dependent variable, namely customer satisfaction. This conclusion is based on the results of the coefficient of determination (R^2) which shows that the independent variable is the quality of service, price perception, and the location of impact of 65.5% of the dependent variable that is customer satisfaction while the remaining 34.5% is influenced by other variables that are not researched.

Keywords: Service Quality, Price Perception, Location and Customer.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kepuasan konsumen dianggap penting mengingat kondisi bisnis yang sangat kompetitif. Tingkat persaingan menjadi tinggi dengan diferensiasi produk yang beragam. Untuk perusahaan, kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan keuntungan. Selain itu, kepuasan konsumen menjadi penting untuk membina hubungan baik antara perusahaan dan konsumen, sehingga terjalinnya kemitraan jangka panjang dan akhirnya konsumen bersedia melakukan pembelian ulang. Untuk itu saat ini dapat memenangkan persaingan maka perusahaan mulai berfokus pada peningkatan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Amir, 2005). Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya (Kotler, 2005). Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse & Wilson dalam Nasution, 2004).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan di antaranya adalah kualitas layanan, persepsi harga, lokasi, fitur, rasa, kualitas produk, dan atmosfer toko. Kualitas layanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para

konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Kualitas layanan bertujuan untuk memuaskan konsumen. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Persepsi harga merupakan pendapat atau asumsi seorang konsumen tentang harga atau sejumlah uang yang dibebankan untuk mendapatkan manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Menurut Kotler dan Amstrong (2012:314). Penetapan harga menjadi penting karena harga memiliki pengaruh yang besar pada kegiatan belanja konsumen. Bagi konsumen harga menjadi ukuran kemampuannya dalam memutuskan pembelian suatu barang. Untuk itu, harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen harus memperhatikan keuntungan yang diperoleh konsumen. Apabila harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas barang maka konsumen akan cenderung puas.

Tiga kunci sukses bagi pedagang eceran adalah lokasi, lokasi dan lokasi (Kotler & Keller, 2009:155). Lokasi merupakan suatu wilayah atau tempat dimana perusahaan dapat menjalankan atau melaksanakan kegiatan pemasarannya kepada masyarakat. Konsumen akan menjadi puas jika produk yang mereka butuhkan tersedia di tempat-tempat yang mudah dijangkau.

Fitur merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk (Mullins,et.al.,2005).

Dengan fitur yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan konsumen dapat tercapai.

Rasa merupakan tanggapan konsumen terhadap ciri khas yang ada didalam suatu produk seperti rasa manis, asin, coklat, keju dan yang lainnya, yang dipengaruhi oleh faktor kualitas, keanekaragaman, selera dan inovasi rasa yang terdapat pada produk tersebut membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana perusahaan mengatur pembelian produk dan jasa (Mustafid & Gunawan, 2008). Kesesuaian harga dengan rasa akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Santoso,2010). Untuk itu kepuasan konsumen erat hubungannya dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika kualitasnya baik, maka akan membuat konsumen puas.

Atmosfer toko (suasana toko) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik serta aroma yang secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam benak konsumen (Utami,2008:127). Atmosfer toko mempengaruhi keadaan emosional konsumen, yang kemudian mendorong untuk meningkatkan atau mengurangi belanja karena kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi dan harapan konsumen.

Memilih Seblak Asgar sebagai sampel penelitian yang dilakukan. Seblak merupakan makanan khas dari Jawa Barat yang memiliki cita rasa pedas dan gurih. Seblak Asgar memiliki beberapa outlet di Yogyakarta, sehingga para konsumen tidak perlu jauh untuk menikmati seblak. Seblak Asgar banyak diminati konsumen karena memiliki lokasi yang strategis, harganya yang relative, serta kualitas pelayanan yang ada di Seblak Asgar Gejayan dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Apakah variabel kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen Seblak Asgar Gejayan DI.Yogyakarta?
- b. Apakah variabel persepsi harga mempengaruhi kepuasan konsumen Seblak Asgar Gejayan DI.Yogyakarta ?
- c. Apakah variabel lokasi mempengaruhi kepuasan konsumen Seblak Asgar Gejayan DI.Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang telah dijelaskan diatas dan supaya penelitian lebih fokus, maka ditetapkan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Untuk menguji pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.
- c. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya :

- a. Peneliti sebagai sarana menerapkan teori yang telah dipelajari selama berada dibangku kuliah, dan juga mengetahui tentang penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
- b. Seblak Asgar Gejayan DI.Yogyakarta Penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu sumbangan pemikiran yang dapat digunakan perusahaan agar dapat mengetahui pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan bagaimana cara meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Pembaca mendapatkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha Seblak Asgar.

1.5 Batasan Penelitian

Supaya penelitian tidak menyimpang dari tujuan, maka dibuat batasan sebagai berikut :

- a. Lokasi: Penelitian di lakukan pada konsumen Seblak Asgar yang ada di Gejayan DI.Yogyakarta.
- b. Responden penelitian: Konsumen yang pernah melakukan pembelian dan menikmati Seblak Asgar di Gejayan DI.Yogyakarta.
- c. Jumlah Responden: 100 responden.
- d. Variabel yang diteliti:

Variabel Terikat, yaitu kepuasan konsumen (Y) yang datang di Seblak Asgar Gejayan DI.Yogyakarta.

Variabel Bebas, yaitu kualitas layanan (X1), persepsi harga (X2) dan lokasi (X3).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh dimensi variabel kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengujian menggunakan sampel sebanyak 100 responden di mana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah yang pernah membeli produk Seblak Asgar di Gejayan Daerah Istimewa Yogyakarta dalam waktu 6 bulan terakhir.

5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden

1. Disimpulkan bahwa berdasarkan hasil deskriptif profil responden yang pernah membeli produk Seblak Asgar Gejayan adalah perempuan dengan jumlah 58% dan laki-laki dengan jumlah 42%.
2. Menurut hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan usia yang pernah membeli produk Seblak Asgar Gejayan berusia 22-26 tahun dengan jumlah 42%.
3. Berdasarkan hasil deskriptif profil berdasarkan pekerja yang pernah membeli produk Seblak Asgar Gejayan adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 49%.
4. Frekuensi pembelian terakhir responden mayoritas adalah sebanyak 2 kali dengan jumlah 26%.
5. Mayoritas rekan berkunjung yang dating terbanyak adalah bersama teman dengan jumlah sebanyak 73%.
6. Dari data yang diperoleh dapat dilihat bahwa pendapatan konsumen tertinggi sebesar Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 sebanyak 40%.

5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji analisis regresi koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel independen kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi memiliki pengaruh sebesar 65,5% terhadap variabel dependen kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY. Sedangkan sisanya yaitu 34,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.1.3 Hasil Analisis Uji F

Hasil analisis Uji F yang sudah dibahas pada bab IV memiliki hasil dengan kesimpulan bahwa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara stimulan atau bersama – sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Seblak Asgar Gejayan DIY karena probabilitasnya adalah 0,000.

5.1.4 Hasil Analisis Uji t

- a. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel kualitas pelayanan, yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY karena probabilitasnya adalah 0,000.
- b. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel persepsi harga, yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel persepsi harga secara parsial (individu) berpengaruh

signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY.

- c. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang dilakukan terhadap variabel lokasi, yang diperoleh dari hasil perbandingan nilai sig dengan taraf signifikansi, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya koefisien regresi pada variabel lokasi secara parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY.

5.2 Saran

5.2.1 Saran berdasarkan hasil penelitian bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan oleh penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi pengelola Seblak Asgar Gejayan DIY adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY. Ini dikarenakan karyawan melayani konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen dan dapat diandalkan.
2. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY, maka diharapkan pihak Seblak Asgar Gejayan untuk terus memperbaiki harga agar semakin terjangkau. Sebagian besar konsumen Seblak Asgar Gejayan merasa harga yang ditetapkan Seblak Asgar Gejayan masih sedikit lebih tinggi.
3. Berdasarkan hasil penelitian, lokasi terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Seblak Asgar Gejayan DIY. Ini dikarenakan lokasi di Seblak Asgar Gejayan DIY strategis sehingga banyak konsumen yang mudah menemukan lokasi tsb.
4. Berdasarkan hasil penelitian ini, variabel kualitas layanan, persepsi harga dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Seblak Asgar Gejayan baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel – variabel tersebut perlu diperhatikan dan juga terus menerus mengalami peningkatan kepuasan konsumen untuk kemajuan perusahaan.

5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat peneliti berikan kepada penelitian selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian, dan sebagai bahan pertimbangan

untuk lebih memperdalam penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel-variabel yang berbeda, antara lain : kualitas produk, citra merk dll.

2. Menyusun kuesioner dengan kata – kata yang singkat, padat dan jelas serta mudah dimengerti karena tidak semua responden yang mengisi dapat memahami maksud pernyataan yang kata – katanya membingungkan. Hal ini juga dapat mempengaruhi hasil dari pengisian kuesioner.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq, (2005), *Dinamika Pemasaran: Jelajahi dan Rasakan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Fure, Hendra. (2013). *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas*
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Gaspersz, Vincent. (2011). *Ekonomi Manajerial (Managerial Economics): Landasan Analisis dan Strategi Bisnis untuk Manajemen Perusahaan dan Industri*. Edisi Revisi, Cetakan Kedelapan. Percetakan Penebar Swadaya: Jakarta.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Prenhalindo : Jakarta
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid I dan II*, Badan Penerbit, PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. dan Garry Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Jilid2, PT. Indeks : Jakarta
- Kotler, Philip and Gary, Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing*. Fourteenth Edition. Pearson Education Limited, England.
- Kotler, P & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Tigabelas Jilid I*. Jakarta
- Kotler, P & Amstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi Kesembilan*. Prenhalindo : Jakarta
- Kotler, Philip, dan Keller, Lane Kevin, (2009). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 penerbit PT. Indeks, Jakarta
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Milenium. Prehallindo: Jakarta
- Kotler, P., & Amstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.

- Ma'ruf,Hendri.(2005) PemasaranRitel. Gramedia, Jakarta
- Mullins, L. (2005). Management and Organizational Behavior. Edinburg Gate Harlow: Prentice Hall, inc.
- Mustafid & Gunawan,A. (2008). Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol 4 No 2. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi : Universitas Lampung.
- Nasution, M.N, (2004), Manajemen Mutu Terpadu, Ghalia Indonesia: Jakarta.
- Sugiyono, (2011). Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R & D.Afabeta:Bandung.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D. Penerbit Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2005). Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta; Bandung
- Susanto, S. (2009). Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS. PT Elex Media Komputindo; Jakarta.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2008). Pemasaran Strategik. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2009). Service Marketing: Esensi dan Aplikasi. Marknesis: Yogyakarta.
- Utami, W. (2008). Manajemen Ritel. Salemba Empat: Penerbit Andi : Jakarta.
- Usmara, A. (2003). Strategi Baru Manajemen Pemasaran. Amara Books; Jakarta.
- Umar, Husein. (2002). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan keempat. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wibowo, Agung Edy.(2012). Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian. Gava Media, Yogyakarta.
- Zeitham, Valarei A (1990), Delinering Quality Services dalam pengertian pelayanan public.