

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SUASANA CAFÉ DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SELAMA ERA PANDEMI” (STUDI PADA DE MEMBOS CAFÉ RUTENG, KAB.MANGGARAI)



Disusun Oleh :

MODESTA TRIYANTI SULASTI

11170240

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

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 :

MODESTA TRIYANTI SULASTI

11170240

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 : Modesta Triyanti Sulasti
NIM : 11170240
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 PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SUASANA CAFE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ERA PANDEMI (STUDI PADA DE MEMBOS CAFE KOTA RUTENG, KAB.MANGGARAI)”

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 : 17 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Modesta Triyanti Sulasti)
NIM 11170240

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas produk, Suasana Café, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Selama Era Pandemi (Studi pada De Membos Café Kota Ruteng, Kab. Manggarai)

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

MODESTA TRIYANTI SULASTI



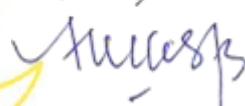
11170240

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada tanggal 12 Agustus 2021

Nama Dosen	Tanda Tangan
1. Dra. Ety Istriani, MM (Ketua Tim Penguji)	
2. Hardo Firmana G.G. Manik, SE., M.Sc (Dosen Penguji)	
3. Dra. Purwani Retno A., MM (Dosen Pembimbing)	

Yogyakarta, 24 Agustus 2021

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M.Si.

Drs. Sisnuhadi, MBA.,

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SUASANA CAFÉ DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SELAMA ERA PANDEMI (STUDI PADA DE MEMBOS CAFÉ KOTA RUTENG, KAB. MANGGARAI)”

Yang telah saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat guna menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, bukan merupakan hasil tiruan maupun karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun. Terkecuali bagian-bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 16 Juni 2021



Modesta Triyanti Sulasti

HALAMAN MOTTO

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan, yang menaruh harapannya pada Tuhan”

(Yer 17:7)

“Tidak harus selalu sama, 1000 manusia akan memandang dan melihat dengan caranya masing-masing. Percaya dirilah dan jangan takut untuk berbeda. Tidak seorangpun yang dapat mematahkan apa yang ingin kau lakukan.”

©UKDW

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi yang telah disusun ini menjadi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dibimbing dan didukung oleh begitu banyak pihak. Oleh sebab itu, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang atas kehendak dan campur tangan-Nya penulis dapat dengan baik menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapa dan Mama yang senantiasa mendukung dan mendoakan segala usaha sehingga penulis selalu merasa pantas untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing ibu Dra. Purwani Retno A, Dra, MM, M.M, terimakasih karena telah banyak melangkah untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi selama ini.
4. Seluruh dosen dari Fakultas Bisnis yang selama kurang lebih 4 tahun telah membimbing dengan caranya masing-masing.
5. Kaka dan adik tersayang : kaka Chichi, kaka Xaav, Ecik, Deden yang selalu membantu dan mendukung dengan caranya masing-masing sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan penuh percaya diri.
6. Teman-teman dan sahabat yang selalu mendukung dan memberi motivasi untuk mengerjakan skripsi : Gabby, Yusup, Tri, Rani, Eny, Dinda, Lany, Vestri, Ayu, Debra, Melan, Shela, lola, irfan
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan limpah terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria karena atas berkat rahmat serta kehendak-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SUASANA CAFÉ DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SELAMA ERA PANEMI” (STUDI PADA DE MEMBOS CAFÉ KOTA RUTENG, KAB.MANGGARAI).

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi tidak lepas dari bantuan banyak pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah mengambil bagian dengan perannya masing-masing baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati :

1. Dra. Purwani Retno A, Dra, MM, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dengan banyak memberikan saran yang dapat mendukung dalam penulisan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
2. Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M selaku dosen wali yang telah melaungkan begitu banyak waktu dan memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi.
4. Seluruh konsumen De Membos Café Ruteng yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penulisan skripsi.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRAK</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batas Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	7
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	7
2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	8
2.1.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	8

2.1.2.4 Indikator kepuasan Konsumen	10
2.1.3 Persepsi Harga.....	10
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	10
2.1.3.2 Dimensi Harga.....	11
2.1.3.4 Tujuan Penetapan Harga	12
2.1.3.4 Indikator Persepsi Harga	12
2.1.4 Kualitas Produk.....	13
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk.....	13
2.1.5 Suasana Café	15
2.1.5.1 Pengertian Suasana Cafe	15
2.1.5.2 Dimensi Suasana Café.....	16
2.1.5.3 Indikator Suasana Café.....	16
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.6.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.6.3 Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 .Kerangka Penelitian	23
2.4 Pengembangan Hipotesis	24
2.4.1 Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan	24
2.4.2 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan	24
2.4.3 Hubungan Suasana Café dengan Kepuasan Pelanggan	25
2.4.4 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan ...	26
2.5 Hipotesis Penelitian.....	26

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Data	27
3.1.1 Data Primer.....	27
3.1.2 Data Sekunder	27
3.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.2.1 Kuesioner.....	28
3.2.2 Populasi	28
3.2.3 Sampel	29
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	30
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	30
3.3.1.1 Variabel Bebas	30
3.3.1.2 Variabel Terikat.....	31
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	33
3.4 Metode Analisis Data	33
3.4.1 Uji Instrumen Penelitian	34
3.4.1.1 Uji Validitas	34
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	35
3.4.1.3 Analisis Deskriptif	36
3.4.1.4 Analisis Linier Berganda	36
3.4.1.5 Koefisien Determinasi R^2	37
3.4.1.6 Uji F (F test).....	37
3.4.1.7 Uji t (t test).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Profil Responden.....	40
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir...	41
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frek Kunjungan	43
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	43
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	44
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	44
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	46
4.3 Hasil Uji Hipotesis.....	47
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	47
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	49
4.3.3 Hasil uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F)	49
4.3.4 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	51
4.3.4.1 Uji Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.3.4.2 Uji Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
4.3.4.3 Uji Pengaruh Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan	52
4.3.4.4 Uji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan	52
4.4 Pembahasan.....	53
4.4.1 Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	53
4.4.2 Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	54
4.4.3 Pengaruh Variabel Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
4.4.4 Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1 Kesimpulan	59
5.1.1 Profil Konsumen	59
5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	60
5.3 Saran	60
5.3.1 Bagi Perusahaan	60
5.3.1 Bagi Peneliti Selanjutnya	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN	67

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Skala Likert	33
Tabel 4.1 Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2 Proporsi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5 Proporsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	42
Tabel 4.6 Proporsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana Café, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	46
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 4.10 Nilai Koefisien Determinasi R^2	49
Tabel 4.11 Hasil Uji F	50
Tabel 4.12 Nilai Hasil Uji t	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pennelitian	23
---------------------------------------	----

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran 1.2 Data Rekap Responden	70
Lampiran 1.3 Hasil Olah Data SPSS	84
Lampiran 1.4 Tabel Uji r	93
Lampiran 1.5 Tabel Uji f	94
Lampiran 1.6 Tabel Uji t	95
Lampiran 1.7 Kartu Konsul	96
Lampiran 1.8 Halaman Persetujuan	99

©UKDW

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, SUASANA CAFÉ DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SELAMA ERA PANDEMI
(STUDI PADA DE MEMBOS CAFÉ KOTA RUTENG, KAB. MANGGARAI)**

MODESTA TRIYANTI SULASTI

11170240

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email : modestatriyanti@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, kualitas produk, suasana café dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan selama era pandemi (studi kasus pada De Membos Café Kota Ruteng, Kab. Manggarai). Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan teknik incidental. Hipotesis yang dalam penelitian ini yaitu : (1). Terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café Ruteng, (2). Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café Ruteng, (3). Terdapat pengaruh signifikan suasana café terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café Ruteng, (4). Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café Ruteng.

Hasil dari analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,643 (64,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 0,643 (64,3%) dan variabel independen 35,7% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. Melalui uji regresi linear berganda dapat disimpulkan bahwa, Persepsi Harga (price perception) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Kualitas Produk (product quality) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis diterima. Suasana Café (café atmosphere) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Kualitas Pelayanan (service quality) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

Kata kunci : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana Café, Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PRODUCT QUALITY, CAFÉ ATMOSPHERE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION DURING PANDEMIC ERA (STUDY ON DE MEMBOS CAFÉ RUTENG CITY, MANGGARAI DISTRICT)

MODESTA TRIYANTI SULASTI

11170240

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email : modestatriyanti@gmail.com

ABSTRACT

The study aims to determine the influence of price perception, product quality, café atmosphere and service quality on customer satisfaction during the pandemic era (case study on De Membos Café Ruteng City, Manggarai District). The data analyzed amounted to 100 respondents, data retrieval using incidental techniques. The hypotheses in this study are : (1). There is a significant influence of price perception on customer satisfaction De Membos Café Ruteng. (2). There is a significant influence on product quality on customer satisfaction De Membos Café Ruteng. (3). There is a significant influence of café atmosphere on customer satisfaction De Membos Café Ruteng. (4). There is a significant influence on the quality of service to customer satisfaction De Membos Café Ruteng.

The result of the data analysis that has been done show that the coefficient of Determination (R^2) is 0.643 (64.3%). This indicates that dependent variables were affected by 0.643 (0.643%) and other 35.7% independent variables are influenced by other factors outside the regression model. Through multiple linear regression tests. It can be conclude that price perception has a positive and significant effect on customers satisfaction at De Membos Café Ruteng, thus the hypothesis of study is accepted. Product quality has a significant effect on customer satisfaction at De Membos Café Ruteng, thus the hypothesis is accepted. Café atmosphere has a significant effect on customer satisfaction in De Membos Café Ruteng, thus this research hypothesis is accepted. Service quality has a significant effect on customer satisfaction at De Membos Café Ruteng, thus this research hypothesis is accepted.

Keywords : Price Perception, Product Quality, Café Atmosphere, Service Quality, Customer Satisfaction.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Ruteng merupakan Ibu Kota Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Kota Ruteng juga dijuluki sebagai kota pelajar karena banyak masyarakat dari desa datang ke kota ini untuk menuntut ilmu. Tidak hanya sampai disitu, banyak juga masyarakat dari desa maupun luar kota datang mengadu nasib di Kota Ruteng. Dengan berbagai kelebihan yang ada di Kota ini, maka banyak pula pelaku bisnis yang berdatangan untuk membuka peluang bisnis mereka dengan berbagai inovasi dan kreatifitas yang mereka miliki.

Ada banyak usaha yang sedang berkembang di Kota Ruteng. Tetapi jenis usaha yang paling mendominasi sekarang ialah cafe dan coffee shop. Kemunculan berbagai cafe dan coffee shop awalnya sangat diragukan karena masyarakat di Kota Ruteng tidak terbiasa akan hal tersebut, berhubung Kota Ruteng adalah kota yang sedang berkembang. Namun, seiring berjalannya waktu masyarakat dapat beradaptasi dengan gaya hidup yang seperti ini. Adapun beberapa cafe dan coffee shop yang sedang berkembang saat ini ialah : Kopi Mane, Kopi dari Hati, Kopi Story, Niang Cafe, Sky Terrace, dan lain-lain. Dari beberapa cafe dan coffee shop di atas terdapat karakteristik yang dapat membedakan satu dengan yang lainnya. Seperti fasilitas, model bangunan dan desain, pelayanan, ataupun lokasi dari masing-masing pelaku bisnis ini. Dengan karakteristik yang menarik dari masing-masing cafe dan coffee shop ini, maka banyak menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan di Kota Ruteng, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, sampai orang tua pun ikut serta. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus memberikan pelayanan dari berbagai aspek dengan tepat agar mampu bersaing. Untuk bertahan di tengah maraknya persaingan cafe dan coffee shop di Kota Ruteng maka pelaku bisnis harus menciptakan strategi dalam berbisnis yang berorientasi pada kepuasan konsumen. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, kualitas produk, suasana, dan kualitas pelayanan.

Seperti yang kita tahu dan kita rasakan sekarang, Indonesia sedang dalam era pandemi covid-19. Banyak dampak yang ditimbulkan dari kasus ini, terutama bagi pelaku bisnis di seluruh Indonesia. Seperti yang terjadi pada café dan tempat makan yang ada di Indonesia, banyak yang mengalami penurunan pendapatan karena masyarakat lebih memilih untuk tinggal di rumah guna membatasi kontak fisik dan menghindari risiko tertular virus corona. Pandemi yang masih berlangsung sampai sekarang menurut pelaku bisnis untuk menetapkan strategi pemasaran yang baik demi mempertahankan bisnisnya. Strategi mempertahankan bisnis bisa dengan upaya mempertahankan pelanggan dengan meningkatkan kualitas produk, harga, suasana dan kualitas pelayanan pada café dari beberapa pelaku bisnis, sehingga café dapat tetap eksis ditengah masa pandemi.

Kepuasan pelanggan merupakan sebuah komponen yang mendukung perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perusahaan harus mampu menyediakan setiap kebutuhan yang dibutuhkan konsumen baik itu berupa produk maupun jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan situasi yang seperti ini maka timbulah persaingan yang ketat antara produsen, maka dari itu sebuah perusahaan harus mempunyai usaha yang dapat mencapai keunggulan kompetitif yang mengarah pada konsumen. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138-139) mengungkapkan bahwa sebuah kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang muncul dari hasil yang membandingkan sebuah kinerja (hasil) dari suatu produk dengan harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan yang banyak apabila dinilai dapat menyediakan kepuasan bagi pelanggannya. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai penilaian konsumen dalam jasa café seperti : harga, kualitas produk, suasana, dan kualitas pelayanan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memegang peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, dan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggannya. Kualitas layanan merupakan upaya untuk menjamin ketepatan penyampaian dengan memenuhi kebutuhan dan

persyaratan konsumen serta menyeimbangkan harapan konsumen (Fandy Tjiptono, 2007). Dalam era pandemi saat ini, kualitas pelayanan sangat diutamakan, karena pelayanan ini meliputi beberapa protokol kesehatan seperti menyiapkan tempat untuk mencuci tangan atau menyediakan hand sanitizer untuk pelanggan.

Faktor berikut yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Berpijak pada pendapat menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001:204) yang mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya dan dapat mencakup daya tahan, kenadalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan dan atribut berharga lainnya. Kualitas produk yang baik dapat menghasilkan produk yang baik dengan menjalankan fungsinya dengan baik. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan karena ini merupakan hal yang sangat utama mengingat kualitas berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk dalam sebuah cafe harga juga tidak boleh dikesampingkan. Dimasa pandemi ini hampir setiap orang merasakan dampaknya, salah satu dampak yang juga dirasakan yaitu dampak ekonomi. Disini harga dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam suatu pertimbangan bagi sebuah cafe dan menjadi kekuatan utama bagi sebuah cafe untuk menarik konsumen. Berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2009:67), yang dimaksud dengan harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan faktor lain juga menyertai biaya. Penetapan harga adalah elemen termudah dari program pemasaran untuk disesuaikan dan membutuhkan waktu lama untuk fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi.

Selain harga dan kualitas produk, faktor lain seperti suasana café (*Store atmosphere*) juga sangat mempengaruhi daya tarik konsumen pada saat era pandemic seperti ini. Semakin banyak konsumen mencari tempat yang lebih nyaman yang suasananya dan lingkungan diatur sesuai standar protokol selama era pandemic yang bisa memberi rasa nyaman terhadap pengunjung cafe. Berdasarkan pendapat dari Utami (2010:255) yang mendefinisikan store atmosphere merupakan sebuah gabungan dari karakter fisik gerai yang dapat dilihat dari arsitektur, layout,

pengaturan pencahayaan, display, perpaduan warna, suhu, alunan dan aroma yang dapat dirasakan secara keseluruhannya.

Di era pandemi seperti ini setiap cafe diharuskan memiliki strategi yang baik untuk dapat menarik hati konsumen. Strategi yang diharapkan agar bisa memberikan rasa nyaman dan aman kepada konsumen dari segi suasana, kualitas pelayanan serta kualitas produk dan pasti dengan harga yang terjangkau. Maka dari itu, penulis meneliti tentang pengaruh harga, kualitas produk, suasana café (store atmosphere) dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada De Membos Café.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang diambil adalah :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi ?
3. Apakah suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi ?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana café terhadap kepuasan pelanggan De Membos Café selama era pandemi
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan De Membos café selama era pandemi

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis sehingga penulis dapat memahami pengaruh kualitas produk, persepsi harga, suasana, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi The Membos Café

Diharapkan penelitian ini menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi De Membos Café untuk menentukan strategi pemasaran yang baik dan tepat untuk kedepannya.

3. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi dunia pendidikan dan bagi penelitian lainnya.

1.5 Batasan Penelitian

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di De Membos café
2. Responden penelitian adalah konsumen yang pernah berkunjung ke De Membos Café
3. Jumlah responden yang ada dalam penelitian ini sebanyak 100 orang
4. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang sama seperti penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan tetapi penelitian ini dilakukan pada kota dan tempat yang berbeda yang belum pernah diteliti sebelumnya.
5. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Variabel dependen (Y) = kepuasan pelanggan
 - b. Variabel independen (X) =
 - ❖ X1 = persepsi harga
 - ❖ X2 = kualitas produk
 - ❖ X3 = suasana café (store atmosphere)
 - ❖ X4 = kualitas pelayanan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan beberapa hal dari hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

5.1.1 Profil Konsumen

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah data yang diolah dari 100 responden pengunjung De Membos Café Ruteng, di dominasi oleh wanita dengan kelompok usia yang didominasi > 19-24 tahun dengan rata-rata pengeluaran responden sebesar \leq Rp 1.000.000 per bulan, dengan latar belakang pendidikan terakhir responden di dominasi oleh SMA/SMK, pekerjaan dari responden adalah Mahasiswa kemudian frekuensi berkunjung responden terbanyak adalah sebanyak 1-5 kali dalam waktu 1 bulan terakhir.

5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan sebelumnya melalui uji linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a. Persepsi Harga (*price perception*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
- b. Kualitas Produk (*product quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis diterima.
- c. Suasana Café (*café atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.
- d. Kualitas Pelayanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di De Membos Café Ruteng, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Objek penelitian yang dilakukan ini hanya pada De Membos Café Ruteng dengan menggunakan 100 responden pelanggan yang sudah pernah berkunjung ke De Membos Café Ruteng sehingga hasil penelitian ini tidak bisa berlaku secara umum untuk café lain.
- b. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan jawaban yang tertutup dan diisi secara pribadi tanpa paksaan dari pihak lain atau pihak manapun sehingga dapat membuat responden tidak bebas dalam memberikan jawaban.
- c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu : Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana Café, dan Kualitas Pelayanan. Sementara masih banyak faktor lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan De Membos Café Ruteng.

5.3 Saran

Terdapat beberapa saran yang akan peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut :

5.3.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis linear berganda yang telah dilakukan oleh penulis dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana Café, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada De Membos Café Ruteng), maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi pengolah De Membos Café Ruteng adalah sebagai berikut :

- a. De Membos Café Ruteng harus selalu mempertahankan harga yang telah diterapkan dan menambahkan opsi untuk pemberian diskon terhadap produk makanan dan minuman karena hal ini dapat mempengaruhi daya beli dan bisa membuat pelanggan mempunyai persepsi harga yang jauh lebih baik.
- b. De Membos Café Ruteng harus selalu mempertahankan kualitas dari produk yang selama ini telah disajikan dengan berbagai macam cita

- rasa dan variasinya yang sangat baik dan juga disarankan De Membos Café dapat menambah menu-menu baru yang lebih variatif.
- c. De Membos Café Ruteng harus selalu mengadakan *live music* karena menurut pengamatan penulis pelanggan café lebih tertarik dengan *live music* dibandingkan dengan music yang diputar otomatis.
 - d. De Membos Café Ruteng harus selalu meningkatkan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan seperti pelayanan untuk pembayaran yang difasilitasi pembayaran secara non tunai agar dapat mengurangi penyebaran covid sehingga dapat membuat pelanggan merasakan kepuasan dengan berbagai pelayanan yang diberikan oleh De Membos Café Ruteng.
 - e. De Membos Café Ruteng bisa menambahkan dimensi budaya lokal yang digemari oleh pelanggan atau pengunjung yang berada di Kota Ruteng seperti tarian khas daerah ataupun makanan khas daerah yang bisa di kreasikan lebih inovatif agar pelanggan atau pengunjung lebih tertarik dan bisa mendapatkan suasana yang baru yang terasa berbeda dari café lainnya.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat beberapa saran yang akan diberikan oleh penulis kepada peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya guna dapat melengkapi dan membantu penelitian agar mendapatkan hasil yang baik berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, yaitu sebagai berikut :

- a. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini masih sangat terbatas yaitu Persepsi Harga, Kualitas Produk, Suasana Café dan Kualitas Pelayanan. Maka dari itu dalam penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mempunyai hubungan dengan kepuasan pelanggan.
- b. Peneliti selanjutnya dapat mengambil obyek penelitian pada konsumen didaerah lain dengan budaya yang berbeda, sehingga akan

dapat memperkaya kajian perilaku konsumen Café di berbagai latar belakang budaya.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*.
- Berman , B., & Evans , J. (2014). *Retail Management. Dialih bahasakan oleh Lina Salim, 12th Edition*. Jakarta : Pearson .
- Bougie, Uma Sekaran. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi 6 Buku 1*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Bougie, Uma Sakeran. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi 6 Buku 2*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Firdiansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REAMAN (Riset Ekonomi Bidang Manajemen dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Vol.1, No.1*.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harini. (2008). *Makro Ekonomi Pengantar*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Juita, Ermelinda Efrin. 2018. Skripsi: "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Silol Kopi & Eatery*". Yogyakarta, Universitas Kristen Duta Wacana.
- Kotler dan Amstrong. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi Kedua Belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong , G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran.Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler , P. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jilid 1&2. Alih Bahasa: Bob Sabran* . Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J., & Makens, J. (n.d.). *Marketing for Hospitality and Tourism. 5th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan. Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Erlangga .
- Kristianti, T. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Upnormal Semarang. *Telaah Manajemen*, Vol.15, Edisi 2.
- Kurniadi , A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Great Indonesia . *Jurnal SWOT*, Volume VII, No.2.
- Lamb , H., & Mcdaniel. (2012). *Pemasaran. Edisi Pertama, dialih bahasakan oleh Bob Sabran* . Jakarta: Salemba Empat.
- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). *Perceived Dynamic Pricing. Journal Of Industrial Management and Data Systems*.
- Lorwens, Arnold Mathias. 2021. Skripsi: "*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Teduh Café Yogyakarta*". Yogyakarta, Universitas Kristen Duta Wacana.
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa, Alih Bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua)*. Jakarta: PT.Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & A, H. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 2, cetakan 4*. Jakarta: Salemba Empat.

- Martono, Moh dan Sri Setyo Iriani. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Batik Sendang Duwur Lamongan*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol.2, No.2.
- Nikolaus , D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : CV.Budi Utama .
- Nursya'bani, P. (2006). *Manajemen Kualitas, Perspektif Global. Edisi Pertama* . Ekonisia Fakultas Ekonomi.
- Panjaitan, E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen* , Vol.11 No.2.
- Peter , P., & Olson, J. (2010). *Customer Behavior and Marketing Strategy 9th ed*. New York, USA: McGraw Hill.
- Putro , W. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , Vol 2 No.1.
- Ramadhan, D. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya . *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Rambat, Lupiyoadi dan A.Hamdani (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Erlangga .
- Rinova, D. (2018). Pengaruh Persepsi, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konsumen Kedai Susu Sapi Murni di Bandar Lampung . *JIA*, Vol.11, No.1.
- Sabran, L. D. (2012). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Erlangga.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian* . Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* . Bandung: PT.Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & B*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Jasa.Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran.Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran.Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Service Manajemen Mewujudkan Layanan Prima.Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* . Yogyakarta : Andi Offset .
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran.Edisi 4*. Andi.
- Umar, H. (1997). *Metode Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran* . Jakarta.
- Utami, W.C. (2006). *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel MOdern*. Jakarta .
- Utami, W.C. (2010). *Manajemen Ritel.Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Yuliarmi, Ni. Nyoman dan Putu Riyasa. (2007). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. 9-28.
- Zeithaml, V. et al. 1990. *Delivering Quality. 5th Edition, Free Press A Division of Macmillan Inc*.