

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN KOPI KLOTOK JALAN KALIURANG KM 16 YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**OLEH :**

**ANUGERAH SEMBIRING**

**11140093**

**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:

Anugerah Sembiring

11140093

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**DUTA WACANA**

**2021**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI LUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Anugerah Sembiring  
NIM : 11140093  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi (tulis salah satu)

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 PRODUK, HARGA, TEMPAT Dan KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KLOTOK JALAN KALIUARANG  
KM 16 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 : 04 Februari 2022

Yang menyatakan



Anugerah Sembiring  
111140093

DUTA WACANA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KLOTOK JALAN KALIURANG KM 16 YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**ANUGERAH SEMBIRING**

**11140093**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen pada tanggal 28 Oktober 2021

#### **Nama Dosen**

#### **Tanda Tangan**

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM  
(Ketua Tim/Dosen Penguji)
2. Hardo Firmana G.G.Manik, SE.,M.Sc  
(Dosen Penguji)
3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM.,M.Min  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)



Yogyakarta, 3 Februari 2022

Dekan,



Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Ketua Program Studi Manajemen,



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

**PENGARUH PRODUK, HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KLOTOK JALAN KALIURANG KM 16 YOGYAKARTA.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebageian syarat untuk menjadi sarjana pada program studi manajemen fakultas bisnis Universitas Kristen Duta wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 21 Juli 2021



ANUGERAH SEMBIRING

DUTA WACANA

11140093

## HALAMAN MOTTO

“Karena masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang.”

- **Amsal 23:18**

"Kembangkan kesuksesan dari kegagalan. Keputusan dan kegagalan adalah dua batu loncatan paling pasti menuju sukses."

- **Dale Carnegie**

Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak adakemudahan tanpa doa.

-**Ridwan kamil**

"Ciri khas orang sukses adalah mereka selalu berusaha keras untuk mempelajari hal-hal baru."

- **Carol S. Dweck**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- ALLAH di dalam Nama Yesus Kristus
- Orang tua saya yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada saya dalam studi maupun kehidupan saya baik secara moral maupun materi.
- Kakak dan adik saya Yeni Ariani Br Sembiring dan Agape Ibrani Sembiring
- Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
- Dosen Pembimbing saya Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min
- Almater saya, Universitas Kristen Duta Wacana
- Seluruh Dosen Fakultas Bisnis UKDW
- Keluarga terkasih
- Sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam keseharian terutama buat Alberthus Eko Purwanto dan Esekiel Perangin angin

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa, atas berkat bimbingan dan campur tangan-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Klotok Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta”** dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Sejak awal penyusunan skripsi ini hingga selesai, penulismendapat banyak bantuan dan masukan dari pihak. Oleh sebab itu ,penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bimbingan dan karunia-Nya
2. Keluarga terkasih terutama kepada orang tua saya yang selalu memberikan motivasi, doa dan semangat yang begitu luar biasa demi terselesaikannya skripsi ini
3. Bapak Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M.,M.Min selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan , arahan dan masukan sejak penentuan judul hingga selesainyapenulisan skripsi
4. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE.,M.Si selaku dekan fakultas



Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

5. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA,Ph.D. selaku wakil dekan I Bidang Akademik Manajemen.
6. Bapak Edi yang sudah membantu saya mengolah data untuk mendukung menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Segenap dosen dan staf pendukung akademik di Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak memberikan bantuan dalam proses akademik dan administrasi selama masa perkuliahan
8. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga memberikan peran dalam terselesainya penelitian ini.
9. Buat gita dan bang gom gom yang selalu bersedia buat saya tanya-tanya mengenai skripsi hingga sampai selesai
10. Buat orang-orang yang telah membantu dan mensupport saya,eko,moses,esekiel,jan,hans,yonas,samuel,alan,angga,daniel serta buat teman-teman yang tidak terucap namanya satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan semangat yang teman-teman berikan.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam keseluruhan

proses yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam skripsi ini, karena keterbatasan dalam diri penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sehingga ini dapat semakin berguna bagi semua pihak.

Yogyakarta, 21 Juli 2021

Penulis



Anugerah Sembiring



## Daftar Isi

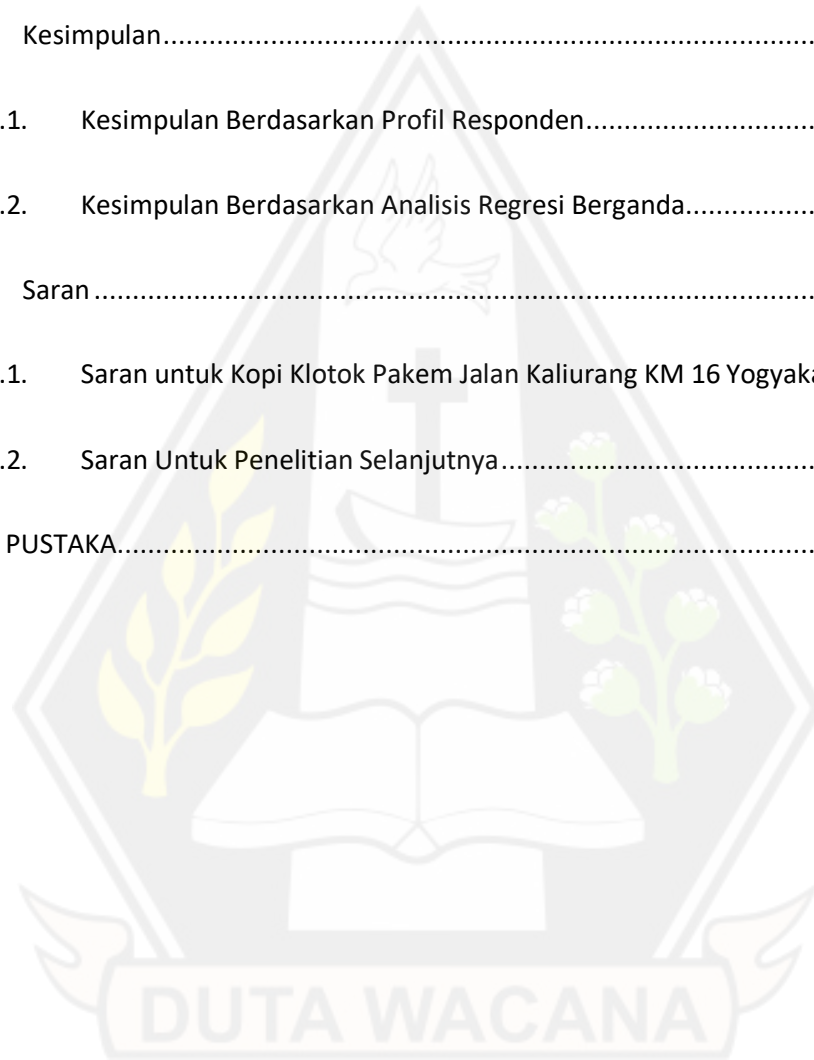
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Daftar Isi.....	x
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT .....	xv
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II .....	10
LANDASAN TEORI.....	10

2.1	Pengertian Pemasaran.....	10
2.2	Manajemen Pemasaran.....	11
2.3	Perilaku Konsumen.....	12
2.4	Harga.....	13
2.4.1	Pengertian Harga.....	13
2.4.2	Peranan Harga.....	13
2.4.3	Penetapan Harga.....	14
2.4.4	Indikator Harga.....	16
2.5	Produk.....	17
2.5.1	Pengertian Produk.....	17
2.6	Tempat.....	19
2.6.1	Pengertian Tempat atau Lokasi.....	19
2.7	Kualitas Pelayanan.....	21
2.7.1	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	21
2.7.2	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	22
2.8	Kepuasan Konsumen.....	24
2.8.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	24
2.8.2	Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.3	Mengukur Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.4	Tipe Tipe Kepuasan Konsumen.....	27

2.9	Penelitian Terdahulu.....	29
2.10	Kerangka Pemikiran.....	31
2.11	Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III.....		33
METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Data.....	33
3.1.1.	Data Primer (Primary Data).....	33
3.1.2.	Data Sekunder (Secondary Data).....	34
3.2.	Pengumpulan Data.....	34
3.2.1.	Populasi.....	34
3.2.2.	Sampel.....	35
3.3.	Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	36
3.3.1.	Defenisi Variabel.....	36
3.3.2.	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	36
3.3.3.	Pengukuran Variabel.....	45
3.4.	Metode Analisis Data.....	46
3.4.1.	Uji Validitas.....	46
3.5.	Uji Realibilitas.....	47
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	49
3.5.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	49

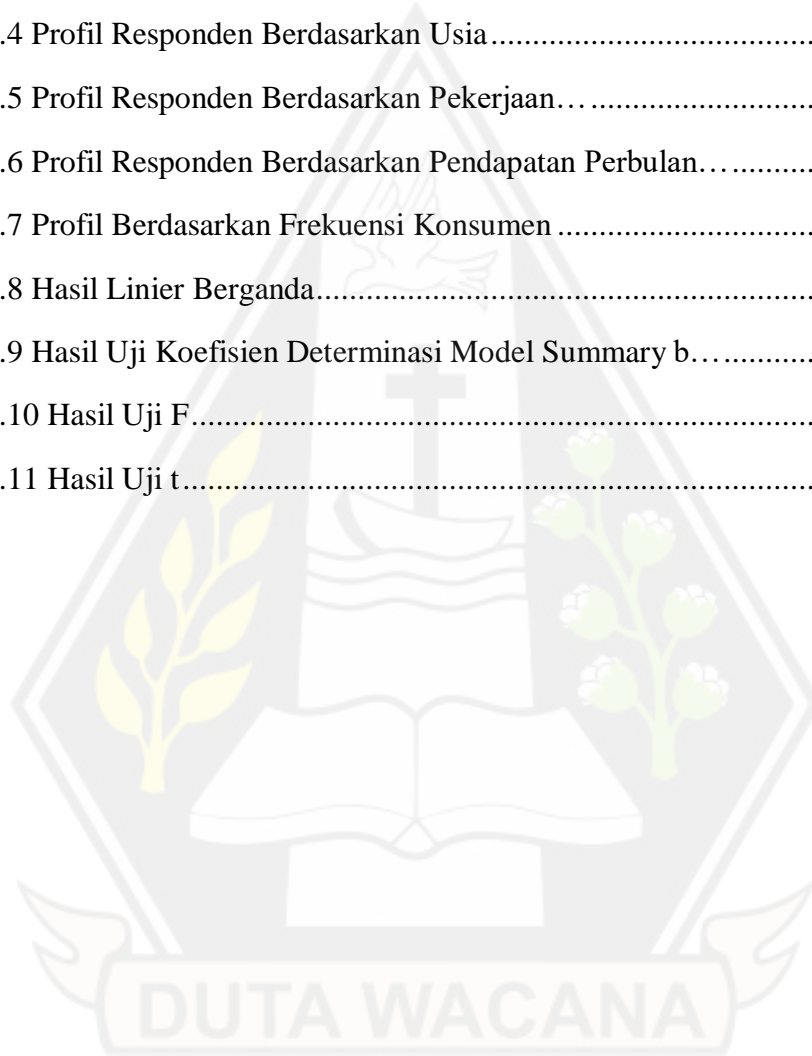
3.5.3.	Koefisien Determinasi ( $r^2$ ).....	51
BAB IV.....		52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		52
4.1.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian.....	53
4.1.1.	Uji Validitas.....	53
4.1.2.	Uji Reabilitas .....	55
4.2.	Analisis Deskriptif .....	56
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per bulan .....	59
4.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumen .....	60
4.3.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.4.	Uji Signifikasi .....	65
4.4.1.	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
4.4.2.	Uji Signifikasi Pengaruh Secara Simultan (Uji F) .....	66
4.4.3.	Uji Signifikasi Pengaruh Secara Parsial (Uji t) .....	68
4.5.	Pembahasan.....	72
4.5.1.	Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	73
4.5.2.	Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	73

4.5.3.	Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen .....	74
4.5.4.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	74
BAB V .....		76
PENUTUP .....		76
5.1.	Kesimpulan.....	76
5.1.1.	Kesimpulan Berdasarkan Profil Responden.....	76
5.1.2.	Kesimpulan Berdasarkan Analisis Regresi Berganda.....	77
5.2.	Saran .....	77
5.2.1.	Saran untuk Kopi Klotok Pakem Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta .....	78
5.2.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		79



## Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validasi.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reabilitas.....	53
Tabel 4.3 Profil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	57
Tabel 4.7 Profil Berdasarkan Frekuensi Konsumen.....	58
Tabel 4.8 Hasil Linier Berganda.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary b.....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	65





## Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2	Uji Validitas.....	84
Lampiran 3	SPSS Regresi.....	86
Lampiran 4	Data Excel Kuesioner .....	90



## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, tempat, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kopi klotok jalan kaliurang km 16 Yogyakarta. variabel bebas pada penelitian ini yaitu produk, harga, tempat, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen. Metode analisis yang akan dipergunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan uji f dan uji t untuk mengidentifikasi variabel – variabel yang signifikan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang minimal tiga bulan terakhir ke Kopi Klotok Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta yang berjumlah 100 orang dan metode yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan pengujian hipotesis menggunakan uji f menunjukkan bahwa variabel produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Angka *adjusted R<sup>2</sup>* 0,555 menunjukkan bahwa 55% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan. Sedangkan 45% kepuasan konsumen dijelaskan dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci :** Produk, Harga, Tempat, Kualitas pelayanan, Kepuasan Konsumen Kopi Klotok Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta

## ABSTRACT

*The purpose of this study was to analyze the effect of product, price, place, and service quality on consumer satisfaction of Klotok coffee, Jalan Kaliurang km 16 Yogyakarta. The independent variables in this study are product, price, place, and service quality, while the dependent variable is customer satisfaction. The analytical method used in this study is multiple linear regression with the f test and t test to identify significant variables. The sample in this study were 100 consumers who came at least the last three months to Klotok Coffee Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta and the method used was purposive sampling method. The data was collected using a questionnaire that had been tested for its validity and reliability.*

*Hypothesis testing using the t test shows that the variables of product, price, place and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, and hypothesis testing using the f test shows that the variables of product, price, place and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. The adjusted R2 figure of 0.555 shows that 55% of customer satisfaction can be explained by product, price, place and service quality variables. Meanwhile, 45% of customer satisfaction is explained by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Product, Price, Place, Quality of Service, Customer Satisfaction of Klotok Coffee KM 16 Yogyakarta*



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang sangat pesat salah satunya adalah perusahaan di bidang kuliner, banyaknya jenis usaha sejenis yang bermunculan menyebabkan persaingan dalam industri semakin ketat. dalam situasi seperti ini, perusahaan harus mampu, cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar bisnis yang telah mapan dapat berkembang dengan baik. Perusahaan harus mampu mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan dengan segala cara. Dalam memenangkan persaingan, pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, dapat memberikan kontribusi yang sangat penting bagi perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang akan diterapkan guna menciptakan kepuasan konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan pasar.

Memperhatikan kepentingan konsumen dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kepuasan atas pelayanan yang diberikan merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam konteks pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menawarkan sesuatu yang sangat berharga dan memberikan kesan yang mendalam kepada konsumen, yaitu memuaskan mereka dengan kinerja yang sesuai dengan kualitas produk dan layanan yang diberikan.

Oleh karena itu perusahaan harus mampu membangun pelanggan menilikpuas terhadap materi yang akan ditawarkan. Menurut Kotler (2009:177) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja yang diharapkan. Setelah pelanggan mengkonsumsi suatu produk atau jasa, pelanggan akan memiliki perasaan puas atau tidak terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan memotivasi pelanggan memesan dan mengkonsumsi kembali produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan membuat pelanggan kecewa dan berhenti melakukan pembelian ulang dan mengkonsumsi produk tersebut.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan di pasar adalah dengan melakukan sesuatu yang berbeda. Salah satunya adalah alternatif untuk membedakan satu bisnis dengan bisnis lainnya dengan menciptakan lingkungan tempat yang unik dan menarik. Menurut Mowen dan Minor (2002: 136), atmosfer (store atmosphere) merupakan istilah yang lebih umum daripada store design, tetapi atmosphere adalah desain pengelola, interior dan eksterior ruang, desain koridor, tekstur, dinding. Karpet, bau. Warna, bentuk, dan suara yang dialami konsumen. Perusahaan yang didedikasikan untuk area ini juga perlu mengetahui bagaimana memilih lokasi untuk bisnis mereka untuk melakukan semua aktivitas mereka, karena lokasi yang strategis dan nyaman lebih bermanfaat bagi bisnis. Pemilihan lokasi yang ramai atau mudah dijangkau dapat dijadikan sebagai strategi untuk menarik konsumen ke lokasi tersebut. Orang atau kelompok orang cenderung memilih restoran yang nyaman di dekatnya untuk menikmati tempat tersebut. Faktor terkait lokasi antara lain pemilihan

lokasi yang strategis yang aman dan nyaman bagi konsumen, dekat dengan kota, dekat dengan pusat perbelanjaan, tidak jauh dari atraksi lain, dan fasilitas pendukung seperti tempat perbelanjaan meningkat. Tempat parkir yang cukup luas dan faktor lainnya. Tempat yang baik dapat menarik banyak konsumen dan menjamin akses cepat yang cukup kuat untuk mengubah pola pembelian mereka. Suasana hati dan reaksi konsumen juga dipengaruhi oleh lokasi, desain, dan tata letak fasilitas yang disediakan oleh perusahaan, yang dapat menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan. Ketidakpuasan konsumen ini merupakan respon atas dugaan inkonsistensi dengan harapan sebelumnya.

Selain faktor lokasi, faktor harga merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314), harga adalah jumlah yang dibebankan pada suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan dengan keuntungan konsumen yang menggunakan atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, karena harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan dari penjualan suatu produk tertentu. Banyak perusahaan yang gagal karena menetapkan harga yang tidak memenuhi harapan konsumen. Harga tetap perlu konsisten dengan ekonomi konsumen agar konsumen dapat membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Harga konsumen, di sisi lain, menjadi pertimbangan ketika memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen ketika mereka membeli produk tersebut. Selain faktor harga, faktor produk merupakan faktor lain

yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 346), produk adalah salah satu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan kebutuhan konsumen. Produk merupakan faktor yang sangat penting dalam bisnis karena merupakan kunci terpenting untuk menghasilkan keuntungan dalam bisnis. Oleh karena itu, memilih produk yang tepat akan memaksimalkan keuntungan Anda. Memilih produk yang baik merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli, karena memilih produk yang baik akan memuaskan konsumen yang datang ke usaha tersebut. Selain faktor produk, kualitas pelayanan merupakan faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lewis dan Boom dalam Tjiptono (2011: 180) menggambarkan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik suatu tingkat pelayanan dapat memenuhi harapan pelanggan. Singkatnya, kualitas pelayanan dapat dicapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan dan akurasi kinerjanya. .. Untuk menyeimbangkan harapan konsumen.

Kualitas layanan adalah strategi keuntungan yang menarik lebih banyak pelanggan, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, menghindari migrasi pelanggan, dan menciptakan manfaat khusus yang tidak ditemukan di perusahaan lain. Bisnis yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen sehingga mereka merasa lebih berharga dari yang mereka harapkan. Harapan konsumen merupakan faktor yang sangat penting.



Kualitas pelayanan yang mendekati kepuasan menawarkan lebih banyak harapan dan sebaliknya. Kepuasan pelanggan secara tidak langsung dicapai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Manfaat pelayanan yang baik memberikan insentif khusus kepada konsumen untuk menjalin hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan bisnis mereka. Jenis ikatan emosional ini memungkinkan bisnis untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Di sisi lain, dampak negatif dari ketidakpuasan terhadap pelayanan oleh produsen mengalami masalah yang kompleks bagi konsumen. Secara umum, konsumen yang tidak puas dengan bisnisnya dapat membayangkan betapa besar kerugian dan kerugian dari mengomunikasikan pengalaman buruknya kepada konsumen lain dan memberikan kepuasan pelanggan. Menjaga kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting bagi suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan agar dapat melihat kerugian yang diakibatkan oleh kurangnya pelayanan yang diberikan perusahaan.

Salah satu bisnis yang paling kompetitif dalam bisnis saat ini adalah industri restoran. Restoran adalah salah satu industri jasa di mana semua operator restoran bersaing untuk kualitas produk dan layanan terbaik kepada konsumen masa depan. Selain menyediakan produk berkualitas tinggi, perusahaan harus mampu menawarkan sesuatu yang berbeda dari restoran lain yang dapat menambah nilai bisnis mereka. Sebuah restoran harus mampu membangun dan menjaga kredibilitasnya agar setiap pengunjung dapat memberikan kesan positif terhadap bisnisnya. Dengan begitu, konsumen tersebut dapat memberi tahu konsumen lain bahwa bisnis mereka layak

dikunjungi atau senang dengan layanan yang mereka tawarkan. Salah satu rumah makan di Yogyakarta yang merasakan sempitnya dunia usaha di bidang restoran adalah Kopi klotok.

Konsep yang ditawarkan Kopi Klotok adalah tradisional Jawa. Kopi Klotok tidak hanya menjual menu tradisional seperti sayur mayur dan makanan tradisional lainnya, tetapi juga menawarkan suasana yang unik. Terletak di Jalan Kaliurang KM 16, Kopi Klotok memiliki keunikan yang mudah dikenali dengan ciri-ciri eksterior tradisional Jawa Tengah dengan bangunan rumah Joglo. Begitu masuk ke dalam rumah joglo, Anda akan melihat keunikan Kopi klotok, pintunya rendah, beberapa pengunjung perlu menunduk sedikit. Dalam falsafah Jawa, memiliki makna hormat dan sopan santun tamu bagi pemilik rumah. Begitu sampai di ruangan pertama, pengunjung menemukan ruangan yang luas. Di sebelah kanan adalah meja panjang dengan berbagai dekorasi. Anda juga bisa menikmati pemandangan sawah yang luas dan pohon kelapa.

Menu yang ditawarkan banyak bernuansa tradisional Jawa Tengah, antara lain sayur lodeh, sayur lombok hijau, telur, tempe, tahu, dan masakan rumahan lainnya. Ada juga berbagai menu tambahan seperti kopi klotok dan pisang goreng.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah di atas, kita dapat merumuskan masalah berikut:

- a. Apakah produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok?
- c. Apakah tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok?

## **1.3. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi beberapa pertanyaan agar pembahasan dalam penelitian ini tidak terlalu luas dan dapat memberikan jawaban atas pertanyaan yang ada. Dalam hal ini, masalahnya terbatas pada:

- a. Responden yang akan diteliti adalah konsumen yang datang 3 (tiga) bulan terakhir ke Kopi Klotok Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta.
- b. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang berada di DIY
- c. Jumlah responden dibatasi 100 orang

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok.
- c. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Klotok.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan membawa manfaat terhadap pihak-pihak seperti:

- a. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini maka perusahaan dapat menjadikan pedoman untuk mempelajari pengaruh produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan kopi klotok terhadap kepuasan konsumen.

- b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi penelitian berikutnya agar mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini

c. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan, pengalaman dan dapat mempraktekan ilmu yang didapatkan di lapangan



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan produk, harga, tempat dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Klotok Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta , maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

##### **5.1.1. Kesimpulan Berdasarkan Profil Responden**

Hasil pengolahan data profil responden yang disebarkan sebanyak 100 responden dapat ditarik kesimpulan dari profil responden terbanyak dengan jenis kelamin laki laki dengan jumlah 55 responden (55%), usia antar 20-30 tahun dengan jumlah responden sebanyak 60 responden (60%), dan dilihat dari pekerjaan ada sebanyak 50 responden dari pelajar/mahasiswa (50%), biaya pengeluaran perbulan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 65 responden (65%), dan frekuensi konsumen datang 1-2 kali dalam sebulan sebanyak 85 responden (85%). Profil tersebut merupakan bagian dari total keseluruhan 100 orang responden (100%).

### 5.1.2. Kesimpulan Berdasarkan Analisis Regresi Berganda

Hasil pengolahan dari analisis data yang disebarkan sebanyak 100 dapat ditarik kesimpulan yaitu dari variabel produk, harga, tempat, dan kualitas pelayanan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi klotok jalan kaliurang KM 16 Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,040 < 0,05$  . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
2. Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi klotok jalan kaliurang KM 16 Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,031 < 0,05$  . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
3. Tempat memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi klotok jalan kaliurang KM 16 Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,016 < 0,05$  . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.
4. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kopi klotok jalan kaliurang KM 16 Yogyakarta dengan tingkat signifikansi yaitu  $0,006 < 0,05$  . Hal ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima.

### 5.2. Saran

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau referensi bagi pihak – pihak yang berkepentingan. Adapun saran – saran yang diajukan penulis antara lain :

### **5.2.1. Saran untuk Kopi Klotok Pakem Jalan Kaliurang KM 16 Yogyakarta**

Hasil analisis dan penelitian yang dilakukan dengan merilis 100 kuesioner dan SPS menggunakan bukti menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, dan layanan telah memiliki hasil yang baik. Saran masa depan dari perusahaan dapat memelihara produk, harga, tempat dan layanan untuk meningkatkan kerangka kerja konsumen. Dengan memberikan layanan yang baik dan ramah kepada konsumen dan layanan serius dalam cosumum dan menjaga lokasi dan menjadi pemandangan konsumen yang indah dan tidak lelah ketika mempertahankan kopi Klotok dan stabilitas harga, sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk yang dibuat oleh kopi klotok dan untuk merasakan kualitas produk kepada konsumen merasa puas saat membeli dan merasakan makanan yang disediakan oleh kopi klotok sehingga konsumen tidak ragu untuk datang ke Kopi Klotok Kaliurang KM 16 ke Yogyakarta.

### **5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain seperti promosi, dll yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap kepuasan konsumen agar hasil penelitian dapat lebih berkembang lagi serta dapat memberikan informasi yang lebih banyak lagi. Kemudian bagi penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan penambahan jumlah sampel, sehingga akan lebih valid dalam melakukan penelitian terhadap variabel – variabel.



## DAFTAR PUSTAKA

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifiyatun Samhah, 2016 *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost cafee Surabaya* . Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (online), Vol. 5, No.12,
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Land. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi12. Jakarta: PT Indeks ).
- Kotler, Philip. & Armstrong, Gary. 1992. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT Prenhallindo.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: penerbit Erlangga.
- Lily, Srikandi dan Adriani. 2014. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. Malang
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen* Jilid Kedua. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, Jhon C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen* Jilid Pertama. Alih Bahasa: Dwi Kartini. Jakarta: Erlangga
- Stanton, William J (Swasta & Handoko). 2008. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*.
- Sayektiningrum, Inggar. 2014. *Kontibusi Suasana Kedai, Diversifikasi Produk*

dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Aiola Eatery Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta).

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, George. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi .

Vivianli Liu. 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Kafe Terhadap Kepuasan Konsumen Goeboex Caffé Yogyakarta*. Skripsi. Tidak di terbitkan. Fakultas Bisnis Program Manajemen. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta : Yogyakarta

