

**Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk  
Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan di Yogyakarta**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh :

Mika Wijayanti  
11160113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2021**

**SKRIPSI**  
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – Syarat  
Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:  
Mika Wijayanti  
11160113

**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 : Mika Wijayanti  
NIM : 11160113  
Program studi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : **Skripsi/Tesis/Disertasi** (tuliskan 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:

**“Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan di 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 : 18 Agustus 2021

Yang menyatakan



(Mika Wijayanti)  
NIM. 11160113

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul:

**“ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KENANGAN DI  
YOGYAKARTA.”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**MIKA WIJAYANTI**

11160113

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 16 Juni 2021

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)
2. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM, MMin  
(Dosen Penguji)
3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr.,MM  
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)



Yogyakarta, 28 Juni 2021

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Perminas Pangeran, M.Si)



(Drs. Sismuhadi, MBA., Ph.D)

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KENANGAN DI 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 hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 27 Mei 2021



Mika Wijayanti 11160113

DUTA WACANA

## HALAMAN MOTTO

“Takut akan Tuhan adalah permulaan pengetahuan, tetapi orang bodoh menghina hikmat dan didikan.” – Amsal 1:7

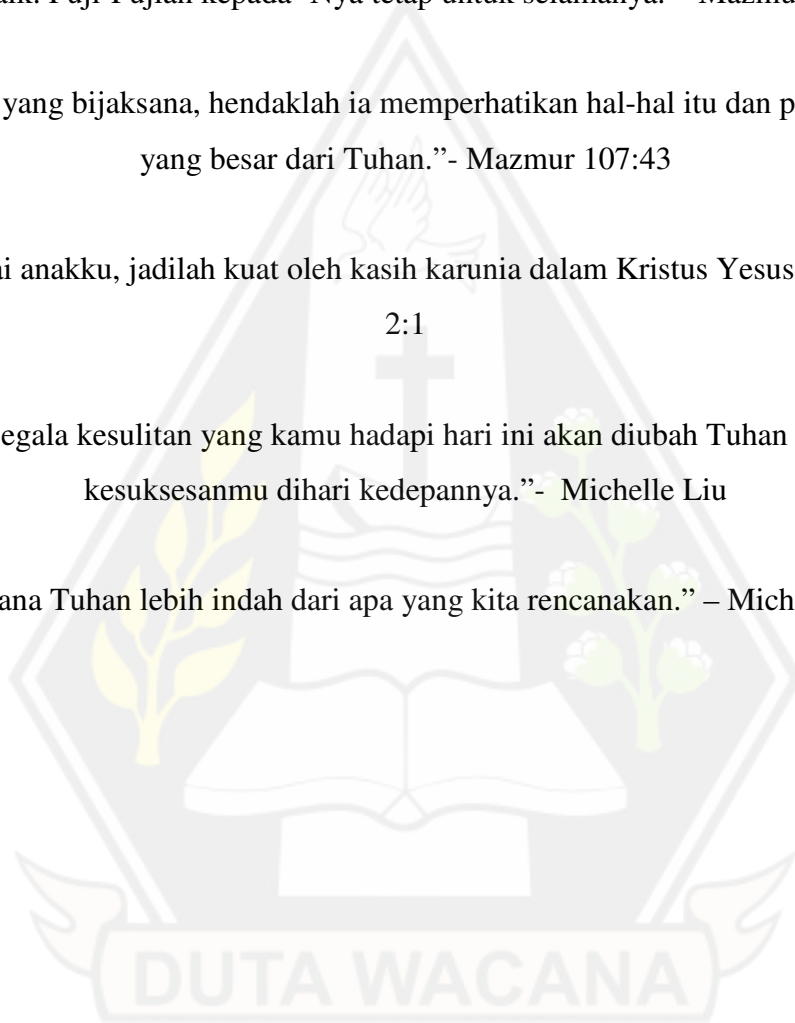
“Permulaan hikmat adalah takut akan Tuhan, semua orang yang melakukannya berakal budi yang baik. Puji-Pujian kepada-Nya tetap untuk selamanya.”- Mazmur 111:10

“Barangsiapa yang bijaksana, hendaklah ia memperhatikan hal-hal itu dan perhatikan kasih yang besar dari Tuhan.”- Mazmur 107:43

“Sebab itu, hai anakku, jadilah kuat oleh kasih karunia dalam Kristus Yesus.” – 2 Timotius 2:1

“Percayalah segala kesulitan yang kamu hadapi hari ini akan diubah Tuhan Yesus menjadi kesuksesanmu dihari kedepannya.”- Michelle Liu

“Rencana Tuhan lebih indah dari apa yang kita rencanakan.” – Michelle Liu



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur saya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan penyertaan dalam hidup, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KENANGAN DI YOGYAKARTA.”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, tentunya penulis banyak dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas campur tangan dan penyertaan dalam menyelesaikan skripsi ini terutama dalam kesehatan dan kemampuan berpikir bagi penulis.
2. Papa dan Mama, terima kasih atas segala doa dan dukungan berupa materiil dan non materiil kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan pada waktu yang tepat.
3. Kepada seluruh Keluarga besar dari Mama dan Papa yang telah memberikan dukungan dan doa sehingga penulis tidak mudah merasa lelah dalam mengerjakan skripsi.
4. Kepada sahabat penulis Lidia Ester, Olyn Sylvania, Lidwina Selvia, Dian Utami Pasaribu, Sylvani Hana dan Jose terima kasih karena selalu sedia setiap saat ketika penulis membutuhkan semangat
5. Kepada Mbak Ilmi dan Mbak Bintang terima kasih juga karena selalu ada dan menemani penulis dalam mengerjakan skripsi.
6. Kepada Dosen Pembimbing saya Ibu Lucia Nurbani Kartika S.Pd., Dipl., Secr., MM., untuk waktu dan semangatnya dalam membantu dan membimbing dalam penulisan skripsi ini sampai selesai dengan baik.
7. Kepada seluruh Almamater Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta (UKDW).

8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

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.

Yogyakarta, 27 Mei 2021

Mika Wijayanti (11160113)





## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : “ANALISIS PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI KENANGAN DI YOGYAKARTA.”

Saya Menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena saya menyadari atas segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi yang saya buat ini maka saya sangat membutuhkan dukungan dan sumbangsih yang berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Karena itu saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberi penyertaan dan campur tangan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Penulis berterima kasih kepada kedua Orang Tua (Bapak Jarot dan Ibu Dwiana) yang selalu memberikan doa dan dukungan untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
3. Terima kasih kepada Eyang Penulis (Ibu Endang Kusmintaju) yang selalu memberi doa dan dukungan untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
4. Terima Kasih kepada seluruh keluarga besar penulis atas doa dan dukungan yang di berikan untuk penulis mengerjakan skripsi ini.
5. Terima kasih kepada Ibu Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl., Secr., MM., (Dosen Pembimbing dan Dosen Wali) untuk dukungan dan bantuan Penulis selama penulisan skripsi dan selama penulis melalukan perkuliahan.

6. Terima Kasih kepada Seluruh Dosen, Karyawan dan Mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberi dukungan dan bantuan selama ini.
7. Terima Kasih kepada Lidia Ester yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
8. Terima Lidwina Selvia yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan kasih kepada skripsi ini dengan baik dan lancar.
9. Terima Kasih kepada Dian, Erliza dan Dhebby yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
10. Terima Kasih kepada Shania, Olyn, Thania, Moses dan Ivan yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
11. Terima Kasih kepada Vani, Arien dan teman-teman satu Pelayanan di GKJ Bantul yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
12. Terima Kasih kepada Mbak Ilmi, Anggi yang telah memberikan doa dan dukungan untuk penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

Kiranya Skripsi yang telah saya susun ini memberikan manfaat dan masukan bagi para pembaca.

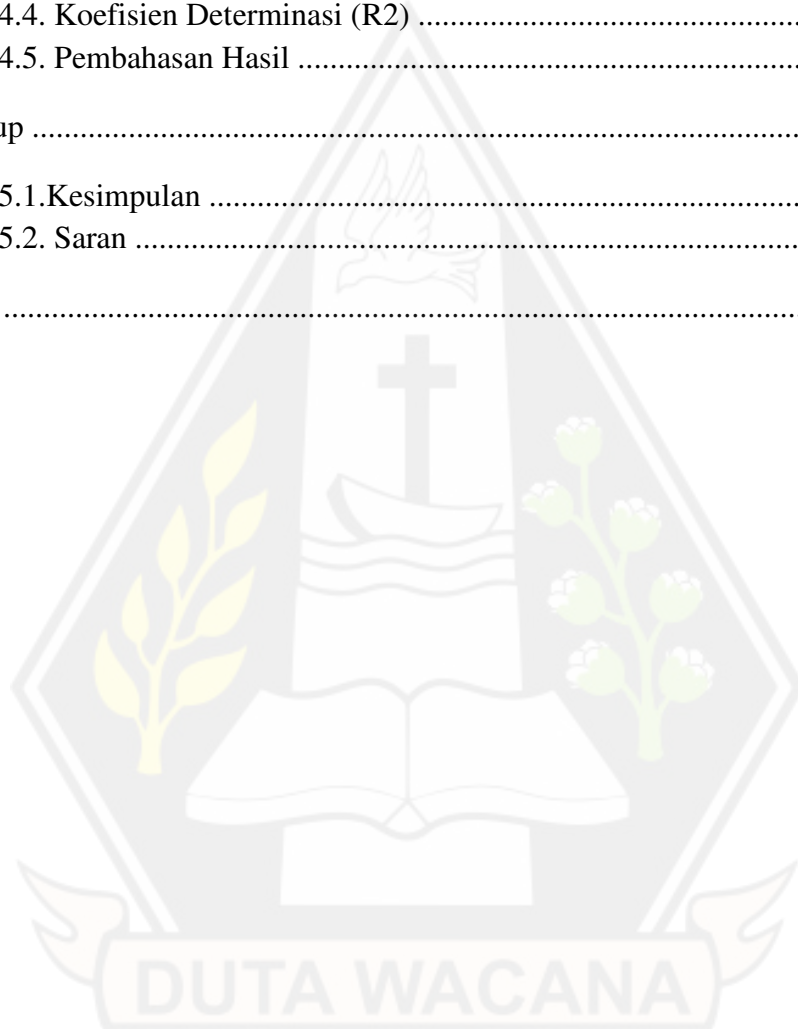
Yogyakarta, 27 Mei 2021

Mika Wijayanti (11160113)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Pengajuan .....	ii
Lembar Pengesahan .....	iii
Pernyataan Keaslian Skripsi .....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan .....	vi
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
Abstraksi .....	xv
Abstract .....	xvi
<b>BAB I, Pendahuluan .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Batasan Penelitian .....	7
<b>BAB II. Landasan Teori.....</b>	<b>8</b>
2.1. Kepuasan Konsumen .....	8
2.2. Persepsi Harga .....	12
2.3. Kualitas Pelayanan .....	17
2.4. Kualitas Produk .....	22
2.5. Penelitian Terdahulu .....	31
2.6. Kerangka Penelitian .....	33
2.7. Hipotesis Penelitian .....	33

BAB III.	Metodologi Peneliatian .....	35
	3.1. Data .....	35
	3.2. Definisi Operasional Variabel .....	38
	3.3. Metode Analisis Data .....	41
BAB IV.	Hasil Penelitian .....	46
	4.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	46
	4.2. Analisis Deskriptif.. .....	49
	4.3. Analisi Regresi Linier Berganda .....	56
	4.4. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	58
	4.5. Pembahasan Hasil .....	63
BAB V.	Penutup .....	67
	5.1. Kesimpulan .....	67
	5.2. Saran .....	68
	Daftar Pustaka .....	70
	Lampiran	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Konsumsi Kopi di Indonesia .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 4.1. Uji Validitas .....	46
Tabel 4.2. Hasil Uji .....	48
Tabel 4.3. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.4. Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir .....	51
Tabel 4.6. Pekerjaan Saat Ini .....	52
Tabel 4.7. <i>Outlet</i> Yang Sering Dikunjungi .....	53
Tabel 4.8. Pendapatan Perbulan Responden .....	54
Tabel. 4.9. Intensitas Kunjungan atau Pembelian .....	55
Tabel 4.10. Hasil Regresi Linier Berganda .....	56
Tabel 4.11. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
Tabel 4.12. Hasil Uji F .....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji T .....	60
Tabel 4.14. Tabel Hasil Penelitian .....	64

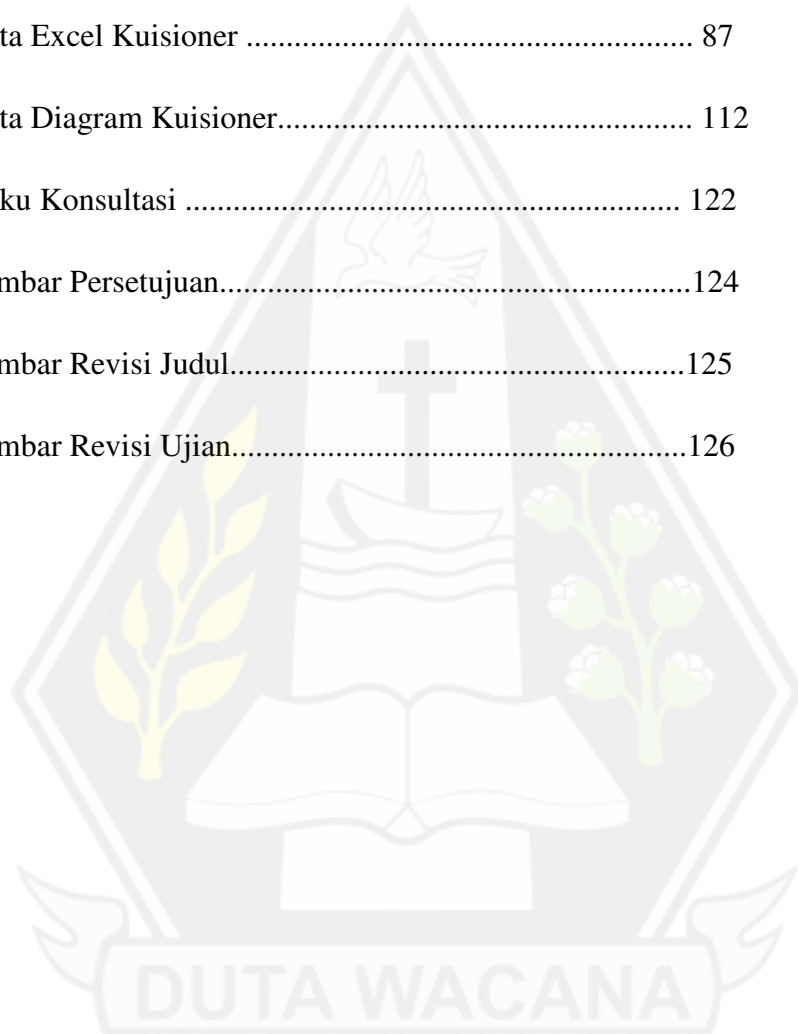
**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian ..... 33



## Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	73
Lampiran 2 Uji Validitas .....	77
Lampiran 3 SPSS Regresi .....	83
Lampiran 4 Data Excel Kuisisioner .....	87
Lampiran 5 Data Diagram Kuisisioner.....	112
Lampiran 6 Buku Konsultasi .....	122
Lampiran 7 Lembar Persetujuan.....	124
Lampiran 8 Lembar Revisi Judul.....	125
Lampiran 9 Lembar Revisi Ujian.....	126



## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui analisis persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang membeli kopi di Kopi Kenangan di Yogyakarta pada semua golongan gender, usia, pendidikan, pekerjaan, outlet Kopi Kenangan, pendapatan, dan banyaknya berkunjung. Metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner kemudian dianalisis secara deskriptif, analisis linier berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan di Yogyakarta dan variabel persepsi harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan di Yogyakarta. Maka dari itu, dalam proses menjual kopi perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk demi meningkatkan kepuasan konsumen dan juga persepsi harga demi kelancaran dalam menjual produk kopi. Koefisien determinasi ( $Adjusted R^2$ ) penelitian ini sebesar 0,721 yang berarti variabel dependen yaitu kepuasan konsumen dipengaruhi sebesar 72,1% oleh variabel independen yaitu persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk



## **ABSTRACT**

*This research was conducted with the aim of knowing the analysis of price perceptions, service quality, and product quality on consumer satisfaction of Kopi Kenangan in Yogyakarta. This research was conducted using a quantitative approach, the sample was taken as many as 100 respondents who bought coffee at Kopi Kenangan in Yogyakarta in all groups of gender, age, education, occupation, coffee shop, income, and number of visits. The data collection method used a questionnaire and then analyzed descriptively, multiple linear analysis, coefficient of determination, f test and t test. The results of the analysis show that the variable service quality and product quality have a significant effect on customer satisfaction of Kopi Kenangan in Yogyakarta and the variable price perception does not significantly influence customer satisfaction for Kopi Kenangan in Yogyakarta. Therefore, in the process of selling coffee, it is necessary to pay attention to and improve the quality of service and product quality in order to increase consumer satisfaction and also the perception of prices for the smooth running of coffee products. The coefficient of determination (Adjusted R<sup>2</sup>) of this study is 0.721, which means that the dependent variable, namely customer satisfaction, is influenced by 72.1% by the independent variables, namely price perception, service quality and product quality. While the remaining 27.9% is influenced by other variables which are not researched.*

*Keywords: price perception, service quality, and product quality*

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Saat ini menikmati secangkir kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat dalam satu dekade terakhir. Pada akhirnya kedai kopi selalu menjadi tempat yang mayoritas dikunjungi oleh masyarakat terutama anak muda. Ada beberapa alasan mengapa saat ini kedai kopi ini sudah menjadi *lifestyle* anak muda, yaitu yang pertama ada beberapa kedai kopi menyediakan fasilitas tempat foto atau yang bisa disebut *instagramable*, yang kedua yaitu banyak kedai kopi yang menyediakan wifi, yang ketiga yaitu tempatnya yang nyaman untuk bersantai-santai, dan yang terakhir adalah karena kedai kopi juga bisa menjadi tempat berkumpul atau bertemu dengan rekan bisnis. Jadi itulah alasan mengapa saat ini kedai kopi sudah menjadi *lifestyle* baru bagi masyarakat selain menikmati beberapa varian rasa kopi yang disediakan. ([www.Lifestyle.okezone.com/9 November 2017](http://www.Lifestyle.okezone.com/9%20November%202017))

Pertumbuhan kedai kopi hingga akhir 2019 diprediksi mencapai 15%—20%, naik jika dibandingkan dengan 2018 yang hanya mencapai 8%—10%. Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI), Syafrudin mengatakan, saat ini kontribusi kedai kopi terhadap serapan kopi produksi dalam negeri mencapai 25%—30%. Angka tersebut diprediksi terus naik ke level 35%—40% pada akhir tahun ini. Sementara itu, Moelyono Soesilo selaku Ketua Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) mengatakan kontribusi bisnis kedai kopi pada 2019 diperkirakan sekitar 25% dari total serapan dalam negeri yang diprediksi mencapai 360.000—380.000 ton. Angka itu lebih tinggi jika dibandingkan dengan 2018 dimana bisnis kedai kopi hanya menyumbang serapan kopi produksi lokal sekitar 18%—20%. (Sumber : [www.starjogja.com/2019/08/23/pertumbuhan-kedai-kopi-dalam-negeri-tumbuh-20/23 Agustus 2019](http://www.starjogja.com/2019/08/23/pertumbuhan-kedai-kopi-dalam-negeri-tumbuh-20/23%20Agustus%202019)).

**Tabel 1.1**



Sumber : Kementerian Pertanian 2018

Berdasarkan data tabel diatas bahwa bisa di lihat tingkat konsumsi kopi di Indonesia dari tahun 2016 – 2019 meningkat setiap tahunnya. Diprediksikan peningkatan ini meningkat rata-rata 8,22% setiap tahunnya. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia ini disebabkan salah satunya adalah gaya hidup masyarakat yang telah menjadikan minuman olahan kopi sebagai kegiatan sehari-hari dalam kebutuhan hidupnya. (Agricore Volume 4 Nomor 1, Juli 2019 Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD)

Kopi Kenangan adalah perusahaan yang bergerak di bidang kopi minuman yang turut meramaikan pasar kopi kekinian di Indonesia. Kopi Kenangan dianggap sukses mengisi ceruk kesenjangan harga antara kopi mahal bertaraf peritel internasional dan kopi instan kemasan yang disajikan di warung-warung kopi. Kopi Kenangan adalah sebuah *startup* yang membuat kopi segar berkualitas dan terjangkau untuk konsumen Indonesia. Dimulai pada tahun 2017 oleh Edward Tirtanata dan James Prananto, perusahaan ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara kopi jalanan murah dengan kopi retail seperti Starbucks. Alasan utama Edward Tirtanata membuat kopi kenangan adalah Indonesia merupakan pengeksport kopi terbesar ke empat di dunia, tetapi memiliki konsumsi kopi terendah di Asia Tenggara. Kopi Kenangan tidak malu-malu memperkenalkan produk lokal dibandingkan dengan latte, moka, atau *flat white* , minuman terlarisnya adalah ‘Es Kopi Kenangan Mantan,’ kopi susu Indonesia manis yang menggunakan gula aren. Bahan baku bersumber 100% dari dalam negeri kopi, susu dan gula aren organik dari Banten. Bahan baku dari kopi kenangan tidaklah murah Edward Tirtanata menginginkan kopi yang berkualitas untuk konsumen mereka. Kopi kenangan memiliki keunikan yang membuat masyarakat atau konsumen

penasaran dengan kopi kenangan, salah satu keunikannya adalah nama-nama minuman yang di tawarkan seperti Kopi Kenangan Mantan, Kopi Kekasih Gelap, Kopi Kenangan Masa Lalu, Kopi Kekinian dan Es Teh Nostalgia. Selain nama-nama menu yang unik dan yang terakhir karena Kopi Kenangan menghadirkan kualitas yang terbaik dengan harga yang ramah di kantong ([//id.wikipedia.org/wiki/Kopi\\_Kenangan/](https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi_Kenangan/) 12 Juli 2020) .

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan atau keinginannya sesuai dengan apa yang diharapkan dan kepuasan konsumen sangat penting bagi kinerja perusahaan, karena jika para konsumen merasa tidak puas dengan apa yang dikonsumsi atau yang dibeli maka kinerja perusahaan tersebut akan menurun dan sebaliknya jika para konsumen merasa puas dengan apa yang dikonsumsi atau dibeli maka kinerja perusahaan tersebut akan meningkat. Menurut Kotler dan Keller dalam Donni Juni Priansah (2017: p.196) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang diperkirakan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Kepuasan konsumen menjadi tolak ukur bagi perusahaan dan untuk menentukan bagaimana perusahaan akan berjalan kedepannya, perusahaan bisa menentukan apakah harus ada yang diperbaiki atau tidak, contoh persepsi harga menurut pandangan konsumen, pelayanan terhadap konsumen dan kualitas produk yang telah diciptakan oleh perusahaan tersebut. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Menurut Campbell pada Cockril dan Goode (2010:368) persepsi harga merupakan faktor psikologis dari berbagai segi yang mempunyai pengaruh yang penting dalam reaksi konsumen kepada harga. Salah satu sektor yang sangat berpengaruh terhadap konsumen adalah persepsi harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk persepsi produk tersebut berkualitas. Sementara itu, harga rendah dapat membentuk persepsi pembeli tidak percaya pada penjual karena meragukan kualitas produk atau pelayanannya. Karena persepsi harga salah satu indikator atau variabel dalam menentukan kepuasan konsumen, jika harga semakin tinggi atau mahal dan tidak berkualitas maka konsumen akan merasa tidak puas.

Selanjutnya kepuasan konsumen dapat pula dipengaruhi oleh faktor kedua yaitu kualitas pelayanan. Menurut Kotler dalam Alma (2007:286) kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-

menerus terhadap layanan yang dihasilkan perusahaan. Kualitas pelayanan menurut F. Tjiptono (2002:54) mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan bisa memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Karena kualitas pelayanan salah satu indikator atau variabel yang menentukan tentang kepuasan konsumen, jika kualitas pelayanan itu buruk di mata konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas dan sebaliknya jika kualitas pelayanan itu baik di mata konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Selanjutnya, kepuasan konsumen dapat pula di pengaruhi oleh faktor ketiga yaitu kualitas produk. Menurut Kotler (2007) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Mowen, dkk (2002) berpendapat kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas. Kualitas produk merupakan indikator atau variabel yang menentukan tentang kepuasan konsumen, jika kualitas produk itu kurang baik di mata konsumen maka konsumen akan merasa tidak puas dan sebaliknya jika kualitas produk itu baik di mata konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kopi Kenangan di Yogyakarta. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Kenangan Di Yogyakarta.”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan saya kaji pada penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut :

Dari rumusan masalah tersebut dapat saya ajukan beberapa pertanyaan penelitian, sebagai berikut :

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, dengan demikian dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan hasilnya akan memberikan manfaat yang berarti bagi beberapa pihak, antara lain :

a. Penulis

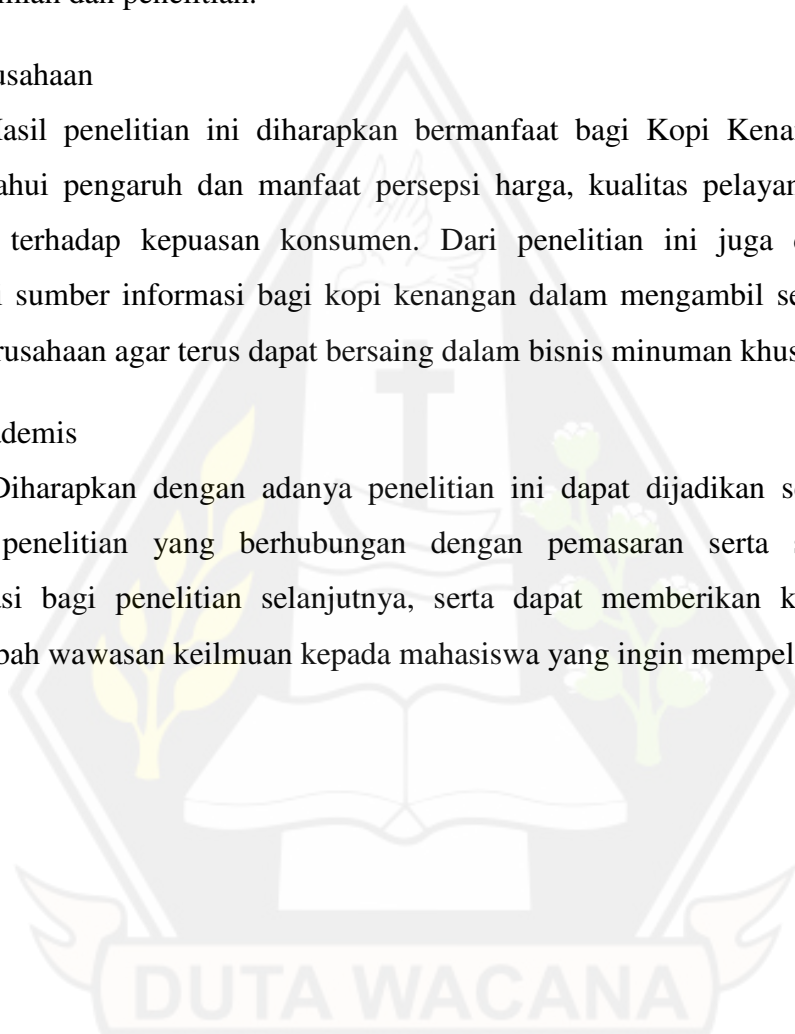
Peneliti dapat menerapkan ilmu manajemen khususnya konsentrasi pemasaran yang telah diterima dan juga menambah pengetahuan dan pengalaman dalam menulis karya ilmiah dan penelitian.

b. Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi Kopi Kenangan agar lebih mengetahui pengaruh dan manfaat persepsi harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Dari penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi kopi kenangan dalam mengambil sebuah keputusan bagi perusahaan agar terus dapat bersaing dalam bisnis minuman khususnya kopi.

c. Akademis

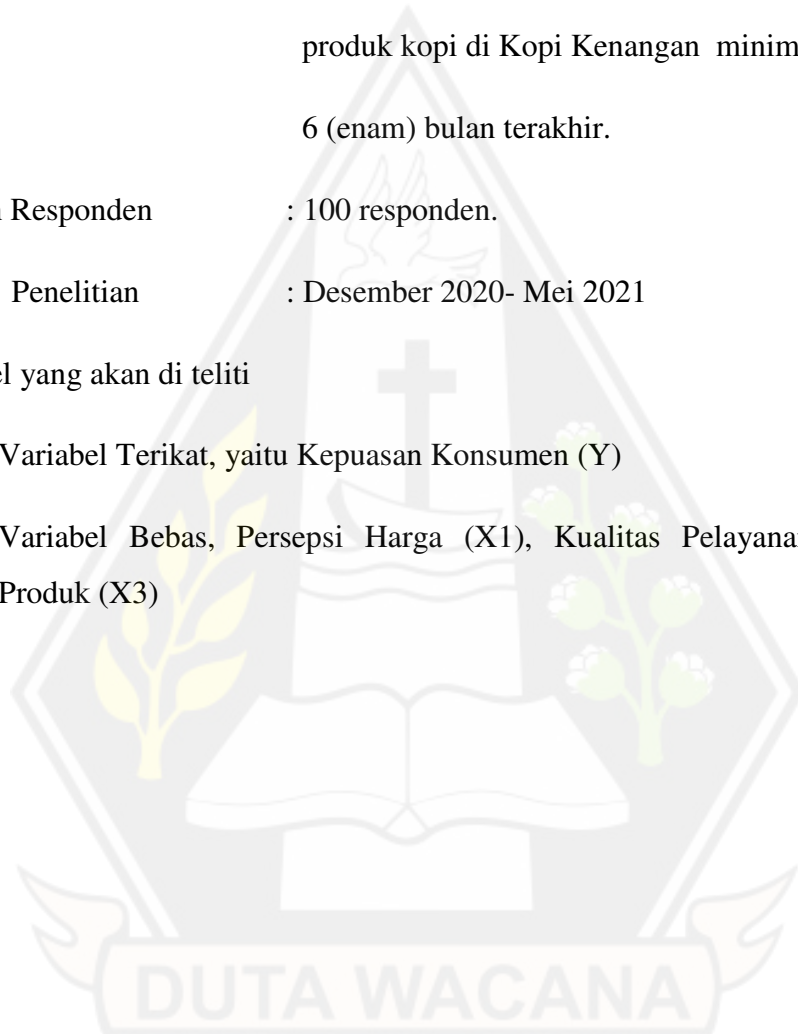
Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan pemasaran serta sebagai sumber informasi bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan kepada mahasiswa yang ingin mempelajari bisnis kopi.



### 1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak terlalu luas, maka penelitian ini akan di batasi sebagai berikut :

1. Lokasi Penelitian : Kota Yogyakarta (Galeria Mall, Lippo Mall dan Malioboro).
2. Responden Penelitian : Konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk kopi di Kopi Kenangan minimal dalam 6 (enam) bulan terakhir.
3. Jumlah Responden : 100 responden.
4. Waktu Penelitian : Desember 2020- Mei 2021
5. Variabel yang akan di teliti
  - a. Variabel Terikat, yaitu Kepuasan Konsumen (Y)
  - b. Variabel Bebas, Persepsi Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3)





## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Yogyakarta. Penguji menggunakan sampel sebanyak 100 responden dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah mereka yang sudah minimal 1 kali membeli produk dari Kopi Kenangan. Sebelum menyebarkan kuisioner kepada 100 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan reliabilitas dengan data yang sudah ada (30 responden). Ketika semua item dalam kuisioner dinyatakan sudah valid, maka penelitian tersebut dapat dilanjutkan ke tahap dan penelitian selanjutnya.

##### **5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden**

1. Disimpulkan bahwa berdasarkan hasil analisis deskriptif profil responden yang pernah membeli produk Kopi kenangan adalah Laki-laki dengan jumlah 47% dan Perempuan 53%.
2. Menurut hasil analisis deskriptif profil responden berdasarkan jenjang umur mayoritas responden berumur 20-30 tahun dengan presentase 33%.
3. Pendidikan terakhir responden yang merupakan konsumen Kopi Kenangan didominasi oleh S1/S2/S3 dengan persentase 46%.
4. Sebagian besar pekerjaan dari responden yang merupakan konsumen Kopi Kenangan adalah Pelajar/Mahasiswa dengan persentase 27%.
5. Sebagian besar outlet yang sering dikunjungi oleh konsumen Kopi Kenangan adalah Lippo Mall dengan persentase 40%.
6. Dari data yang sudah diperoleh diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan perbulan konsumen tertinggi adalah > Rp. 4.000.000 dengan persentase 39%.
7. Frekuensi pembelian konsumen dalam setahun mayoritas adalah sebanyak 3-4 kali dengan presentase 31%.

### **5.1.2 Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Berdasarkan hasil uji analisis regresi koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas pelayanan, kualitas produk memiliki pengaruh besar 72,1% terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Yogyakarta. Sedangkan sisanya yang berjumlah 27,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

### **5.1.3 Hasil Analisis Uji F**

Hasil analisis Uji F yang sudah dibahas di bab IV memiliki hasil dengan kesimpulan bahwa variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari persepsi harga, kualitas pelayanan, kualitas produk secara stimulan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Yogyakarta karena nilai probabilitas adalah 0,000.

### **5.1.4 Hasil Analisis Uji t**

Berdasarkan hasil analisis uji t dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Kenangan Yogyakarta.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian Bagi Managemen Kopi Kenangan**

1. Pihak Kopi Kenangan tetap harus memperhatikan persepsi harga penjualan kopi di Kopi Kenangan di Yogyakarta
2. Diharapkan pihak outlet Kopi Kenangan yang di Lippo Mall tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan selama ini kepada konsumen dan juga tetap mempertahankan kualitas produk kopi yang disajikan atau diracik untuk konsumen selama ini.

3. Diharapkan pihak outlet Kopi Kenangan yang di Galeria Mall tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan selama ini kepada konsumen dan juga tetap mempertahankan kualitas produk kopi yang disajikan atau diracik untuk konsumen selama ini.
4. Diharapkan pihak outlet Kopi Kenangan yang di Malioboro tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang telah diberikan selama ini kepada konsumen dan juga tetap mempertahankan kualitas produk kopi yang disajikan atau diracik untuk konsumen selama ini.

### **5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya**

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

1. Pada peneliti mendatang, peneliti diharapkan dapat mencari dan melakukan analisis terhadap variabel baru serta masih jarang ditemukan yang sekiranya dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen , karena berdasarkan hasil penelitian di atas dinyatakan bahwa masih ada 27,9% pengaruh variabel yang belum diteliti.
2. Menyusun Kuisisioner dengan kata-kata yang lebih singkat, padat dan jelas, supaya lebih di mengerti oleh para responden.

## Daftar Pustaka

- Alvina, Rahma Anggraeni. (2020) Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Lain Hati Lamper Kota Semarang). Semarang: Universitas Stikubank Semarang
- Aprilliana, Eka Prasetya. (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Satria Motor Klaten. Klaten: Universitas Widya Dharma.
- Avrilia, Ana. (2020) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee Teman Dekat Sukadana Lampung Timur. Lampung: Universitas Muhammadiyah Metro
- Basrah, Saidani, dan Arifin, S. (2013) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. Jakarta: Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia.
- Budiman, Marpaung. (2020) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. Jakarta: Vol 8 No 1 (2020): JIMKES Edisi April 2020
- Donny, Arif. (2020) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. Sidoarjo: Jurnal Ecopreneur. 12 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
- Dwi Aliyyah Apriyani, dan Sunarti Sunarti. (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *the little a Coffee Shop* Sidoarjo) Sidoarjo: Jurnal Adminitrasi Bisnis.
- Fakhrudin, Nur Ghofirin. (2016) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jackpot Coffe Shop Salatiga. Salatiga: Universitas Islam Indonesia.
- Gladia, Affia. (2018) Analisis Pengaruh Kualitas Kebersihan Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Coffe Shop Di Solo. Solo: *Journal Of Management*.
- Liany, Feby. (2016) Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yellow Truck Coffe Bandung. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.

- Manshur, Yahya. (2008) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Espresso Bar Solo. Solo: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Muchlisin, Riadi. (2020) Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan). Jakarta : Jurnal Kajian Pustaka
- Najib, M, N, Rachma, dan M, Hufron. (2019) Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Eiger Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Eiger Mall Olympic Garden). Malang: Jurnal Ilmiah Riset Manajemen.
- Nasrullah, Arsyad Safin. (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Iklan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Kosumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Di Kecamatan Depok, Sleman, Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Permana, Attin Ratih. (2016) Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Starbucks Bandung Indah Plaza. Bandung: *Journal Of Management*
- Putri, Yaumil Arifah. (2018) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Minat Membeli Kembali Starbucks Coffe Di JL. Diponegoro Medan. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Rahmad, Dhani Syahputra. (2019) Analisis Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Berbasis Digital Pada Media Sosial Facebook Terhadap Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Produk Indihome Di Plaza Telkom Lembong Kota Bandung Tahun 2019). Bandung: Jurnal Karya Ilmiah – TA (D3) – Reference
- Ret, Ningsih Matantu, dan Donalina, L, T, dan Joane, V, M. (2020) Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. Manado: *Ejournal.Unsrat.Ac.Id*
- Rina, S. (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta: *Journal Of Management*

Satria, Bimo Dwi. (2019) Analisis Hubungan Antara Harga dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Coffeeshop Starbucks Cambridge Medan. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara

Slamet, Alim Setiawan. (2019) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada *Coffe Shop* di Kota Bogor). Bogor: Jurnal Managemen Dan Organisasi.

Tain, Yumamik. (2017) Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Mawar Di UD Tetap Jaya Kediri. Kediri: Universitas Nusantara.

Venia, Afrillia Sari. (2017) Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. Semarang : Jurnal Adminitrasi Bisnis.

Website :

- Agricore Volume 4 Nomor 1, Juli 2019 Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian UNPAD
- [lifestyle.okezone.com/9](http://lifestyle.okezone.com/9) November 2017
- Kementrian Pertanian 2018
- [id.wikipedia.org/wiki/Kopi\\_kenangan](https://id.wikipedia.org/wiki/Kopi_kenangan)/12 Juli 2020.
- [www.starjogja.com/2019/08/23/pertumbuhan-kedai-kopi-dalam-negeri-tumbuh-20/23](http://www.starjogja.com/2019/08/23/pertumbuhan-kedai-kopi-dalam-negeri-tumbuh-20/23) Agustus 2019.