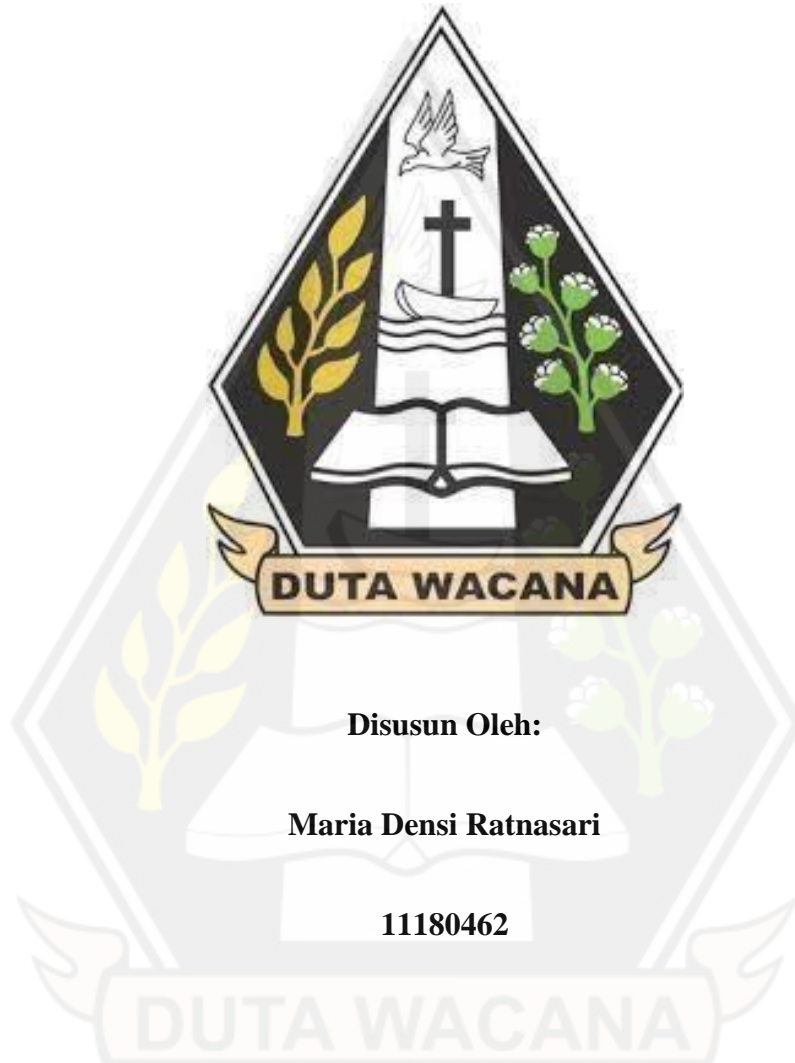


SKRIPSI

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ, KUALITAS
PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
OPPIO CAFFEE YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Maria Densi Ratnasari

11180462

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS UNIVERSITAS

KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

TAHUN 2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MARIA DENSI RATNASARI

11180462

DU TA WACANA

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

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 : Maria Densi Ratnasari
NIM : 11180462
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:

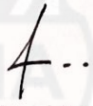
“PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPPIO COFFEE YOGYAKARTA”

berserta 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 : 8 Juli 2022

Yang menyatakan


(Maria Densi Ratnasari)

11180462

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul :

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPPIO COFFEE YOGYAKARTA”

Telah diajukan dan dipertahankan :

MARIA DENSI RATNASARI11180462

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 4 Juli 2022

Nama Dosen

1. Dra. Ety Istriany, MM
(Ketua Tim Penguji)
2. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 7 Juli 2022

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



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



(Dr. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ, KUALITAS
PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
OPPIO COFFEE YOGYAKARTA”**

Yang telah saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan meniru dan menyalin kalimat, pendapat, simbol, dan lainnya kecuali sumber informasi yang dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila dikemudian hari terbukti bahwa sayang meniru hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 26 April 2022



Maria Densi Ratnasari

11180462

HALAMAN MOTO

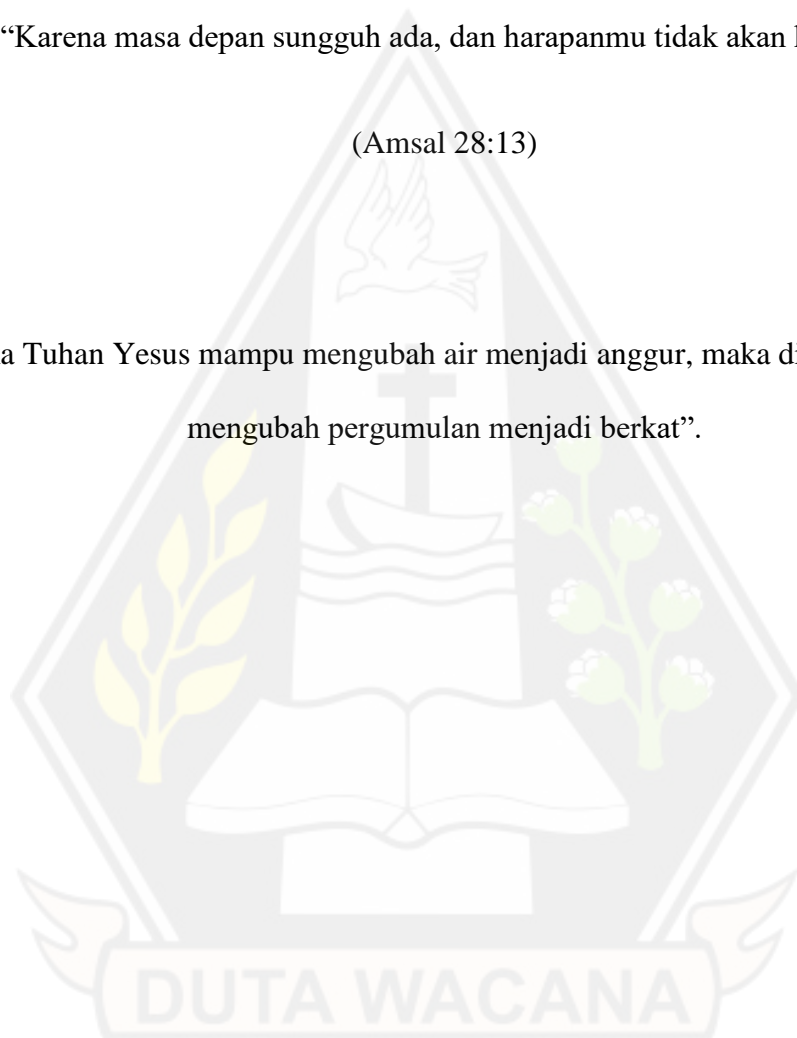
“Serahkanlah segala kekhawatiranmu kepadaNya, sebab ia yang memelihara
kamu”

(1 Petrus 5:7)

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

(Amsal 28:13)

“Jika Tuhan Yesus mampu mengubah air menjadi anggur, maka dia juga bisa
mengubah pergumulan menjadi berkat”.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi yang telah penulis susun ini menjadi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak dibimbing, didukung, dan dibantu oleh beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis persembahkan skripsi ini untuk:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang secara tidak langsung berkehendak memperlancar segala urusan dalam menulis skripsi ini.
2. Untuk kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk penulis agar skripsi ini bisa diselesaikan.
3. Untuk Dosen Pembimbing skripsi Bapak Drs. Singgih Santoso, MM, terima kasih banyak telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dan mendorong penulis dalam mengerjakan skripsi selama ini
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang sudah mengajarkan penulis banyak pengetahuan selama kurang lebih 4 tahun ini.
5. Untuk kakak dan adik tersayang: Kakak Tri, Kakak Lola, Kakak Rio, dan Randa yang selalu membantu, memberi motivasi, dan memberi semangat kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.
6. Untuk sahabat tersayang: Yeni, Lani, Stefin, Vira, Fani, Yuni, Dama, Okta, Rahma, dan Vera yang selalu menemani dan memberi motivasi buat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

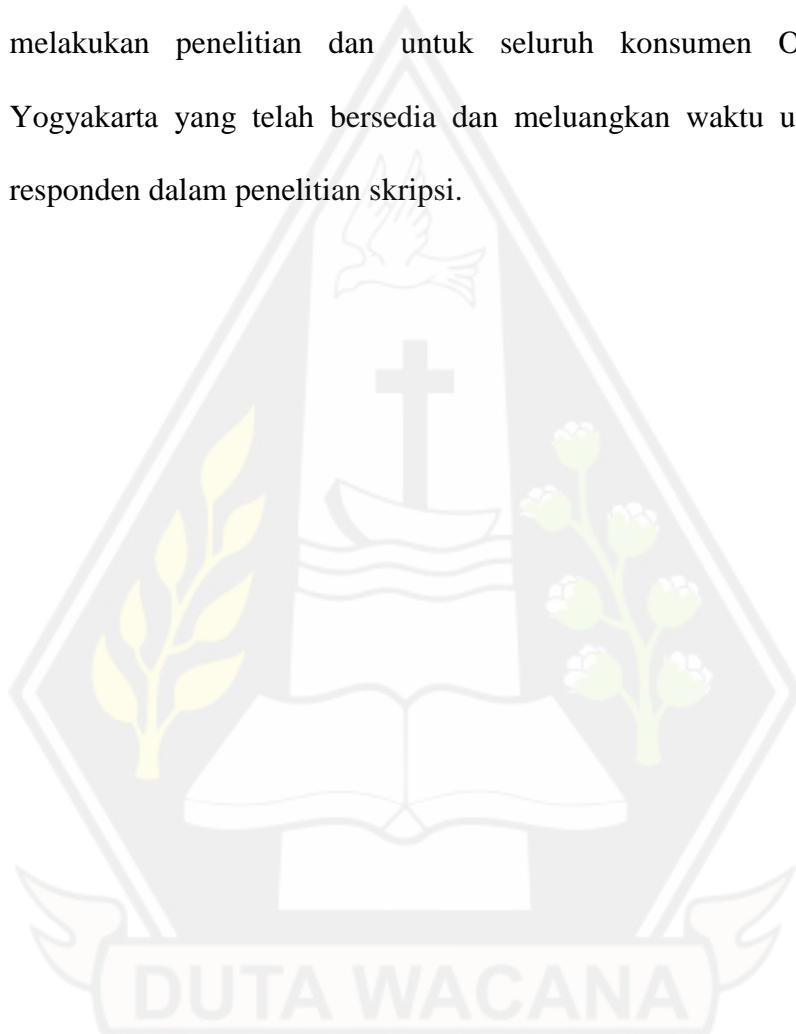
KATA PENGANTAR

Puji syukur dan limpah terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa dan Bunda Maria karena taras berkat dan kehendakNya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPPIO COFFEE YOGYAKARTA”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) dari program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi penulis melibatkan banyak pihak yang mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dalam kesempatan ini dengan ketulusan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih bagi semua pihak yang telah mengambil bagian dengan cara masing-masing secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, terutama yang saya hormati:

1. Drs. Singgih Santoso, MM selaku dosen pembimbing yang selama ini sudah banyak membimbing, memberi saran, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan membantu saya dengan memberi perhatian, saran dan koreksi untuk penulisan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Drs. Purnawan Hardiyanto, MecDev selaku dosen wali yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk memberi arahan selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Kristen Duta Wacana.

3. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman hidup selama penulis menempuh pendidikan dan selama penulisan skripsi ini.
4. Untuk Oppio Coffee Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan untuk seluruh konsumen Oppio Coffee Yogyakarta yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian skripsi.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kontribusi Penelitian	6
1.5. Batasan Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	9
2.1.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	9
2.1.2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	10
2.1.2.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	10
2.1.2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	12
2.1.3 Persepsi Harga	12
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Harga	12
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	13
2.1.3.3 Dimensi Harga	14
2.1.3.4 Indikator Harga	15
2.1.4 Suasana Café	15
2.1.4.1 Pengertian Suasana Café	15
2.1.4.2 Dimensi Suasana Café	16
2.1.4.3 Indikator Suasana Café	17
2.1.5 Kualitas Produk dan Pelayanan	18
2.1.5.1 Pengertian Kualitas Produk dan Pelayanan	18
2.1.5.2 Dimensi Kualitas Produk dan Pelayanan	20
2.2. Penelitian Terdahulu	22
2.3. Kerangka Penelitian	25
2.4. Pengembangan Hipotesis	26

2.4.1. Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan pelanggan	26
2.4.2. Hubungan Suasana Café dengan Kepuasan Pelanggan	27
2.4.3. Hubungan Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan	28
2.5. Hipotesis Penelitian	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Data	30
3.1.1 Data Primer	30
3.1.2 Data Sekunder	31
3.2. Pengumpulan Data	31
3.2.1 Kuesioner	31
3.2.2 Populasi	32
3.2.3 Sampel	32
3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	35
3.3.1 Definisi Operasional Variabel	35
3.3.1.1 Variabel Independent	35
3.3.1.2 Variabel Dependent	35
3.3.2 Pengukuran Variabel	35
3.4. Metode Analisis Data	37
3.4.1 Uji Instrumen Penelitian	37
3.4.1.1 Uji Validitas	37
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	38
3.4.1.3 Analisi Deskriptif	39
3.4.1.4 Analisis Linear Berganda	40

3.4.1.5 Koefisien Determinasi R^2	41
3.4.1.6 Uji F (F test)	41
3.4.1.7 Uji T (T test)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	47
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	48
4.2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian	49
4.2.1 Hasil Uji Validitas	49
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	50
4.3. Hasil Uji Hipotesis	51
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.3.2 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.3.3 Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	54
4.3.4 Hasil Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	55
4.3.4.1 Uji Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
4.3.4.2 Uji Pengaruh Persepsi Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan	57

4.3.4.3 Uji Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	57
4.4. Pembahasan	57
4.4.1 Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	57
4.4.2 Pengaruh Variabel Suasana café Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.4.3 Pengaruh Variabel Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	62
5.1.1 Profil Konsumen	62
5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda	62
5.2. Keterbatasan Penelitian	63
5.3. Saran	63
5.3.1 Saran Bagi Perusahaan	63
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	64
 DAFTAR PUSTAKA	 65
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Proporsi responden berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Proporsi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Proporsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.5 Proporsi Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan	47
Tabel 4.6 Proporsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Persepsi Harga, Suasana Café, Kualitas Produk dan Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Instrument Reliabilitas	51
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	52
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	53
Tabel 4.11 Hasil Uji F	54
Tabel 4.12 Nilai Hasil Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengunjung Oppio Coffee di Bulan Maret	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 1.2 Data Rekap Responden	75
Lampiran 1.3 Hasil Olah Data	87
Lampiran 1.4 Tabel Uji r	98
Lampiran 1.5 Tabel Uji f	99
Lampiran 1.6 Tabel Uji t	100
Lampiran 1.7 Halaman Persetujuan	101
Lampiran 1.8 Kartu Konsultasi	102
Lampiran 1.9 Lembar Revisi Ujian Pendaran	104
Lampiran 1.10 Formulir Revisi Judul Skripsi	105

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFÉ, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPPIO COFFEE YOGYAKARTA

Maria Densi Ratnasari

11180462

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

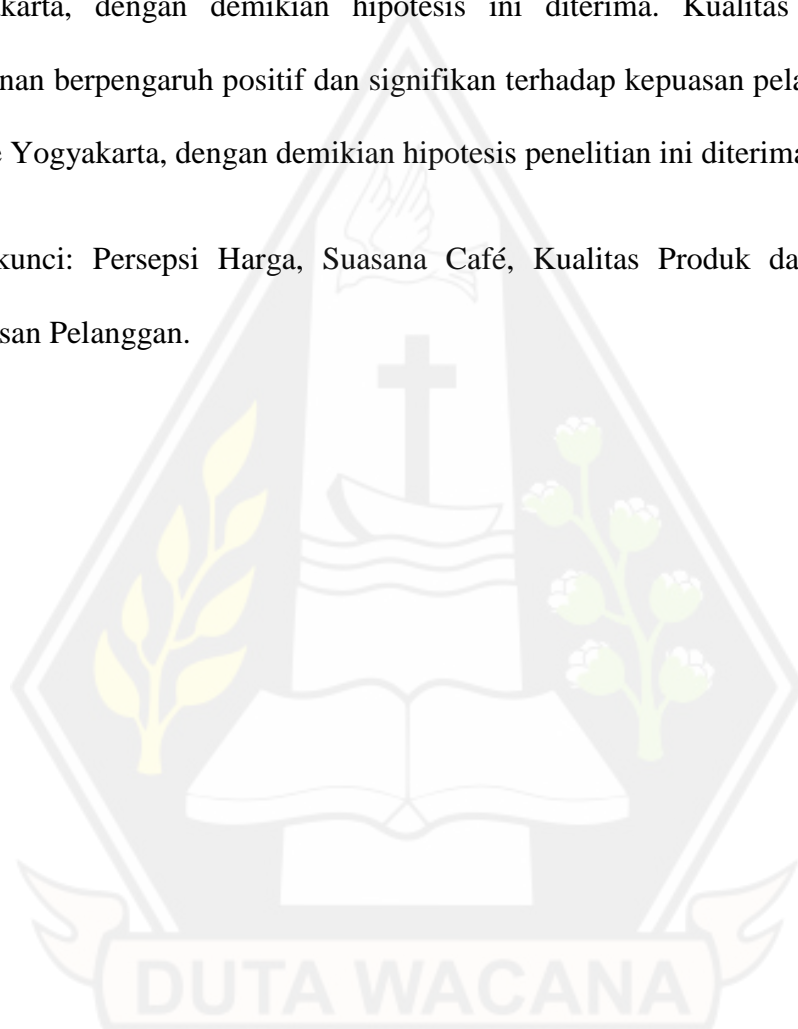
Email: densiratna558@gmail.com

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menguji dan mengetahui pengaruh persepsi harga, suasana café, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 responden, pengambilan data menggunakan teknik incidental. Hipotesis yang ada dalam penelitian ini yaitu: (1) Terdapat pengaruh signifikan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee. (2) Terdapat pengaruh signifikan suasana café terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee. (3) Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee.

Hasil dan analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,683 (68,3%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 68,3% dan variabel independen sebesar 31,7%

lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. Melalui uji regresi linear berganda dapat ditarik kesimpulan bahwa, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Oppio Coffee Yogyakarta, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Suasana café berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta, dengan demikian hipotesis ini diterima. Kualitas Produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

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



**THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, CAFÉ ATMOSPHERE,
PRODUCT QUALITY AND SERVICE ON CUSTOMER SATISFACTION
IN OPIO COFFEE YOGYAKARTA**

Maria Densi Ratnasari

11180462

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

The study aims to determine the influence of price perception, café atmosphere, product quality and service on customer satisfaction in Oppio Coffee Yogyakarta. 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 Oppio Coffee. (2). There is a significant influence on café atmosphere on customer satisfaction Oppio Coffee. (3) There is a significant influence of product quality and service on customer satisfaction Oppio Coffee.

The result of the data analysis that has been done show that the coefficient of Determination (R^2) is 0.683 (68.3%). This indicates that dependent variables were affected by 68,3% and other 31.7% 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

customer satisfaction in Oppio Coffee, thus the hypothesis of study is accepted. Café atmosphere has a positive and significant effect on customer satisfaction in Oppio Coffee, thus the hypothesis is accepted. Product quality and service has a positive and significant effect on customer satisfaction in Oppio Coffee, thus this research hypothesis is accepted.

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



BAB 1

PENDAHULUAN

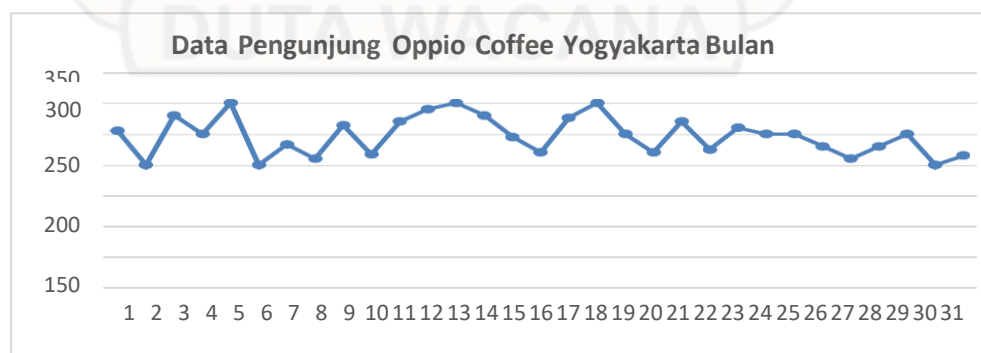
1.1. Latar Belakang

Yogyakarta merupakan kota istimewa yang sangat terkenal dengan adat dan budayanya, Yogyakarta juga terkenal dengan kulinernya. Karena keistimewaan Yogyakarta menggiring banyak orang untuk datang dan tinggal di Yogyakarta. Hal ini membuka peluang bagi pelaku bisnis agar lebih kreatif dan inovatif dalam membuka usaha.

Banyak usaha yang berkembang pesat di Yogyakarta sekarang ini dan yang paling mendominasi adalah cafe dan kedai kopi. Meskipun awalnya bisnis café dianggap mahal dan mewah karena interiornya yang bagus dan membuat masyarakat enggan berkunjung, namun seiring dengan berjalannya waktu berkumpul dan nongkrong di café telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan tersebut lahir dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis dalam pemenuhan makanan dan minuman. Terdapat banyak café dan kedai kopi di Yogyakarta: Silol kopi & eatery, Teraloka café, Bento café, Unikologi Café, Menoewa Kopi, Carney.co, Letravail Coffe dll. Café diatas memiliki karakter yang berbeda-beda mulai dari interior bangunan, konsep café, dan lokasi usaha. Fasilitas dan layanan yang diberikan pun berbeda tetapi dengan tujuan yang sama yaitu agar konsumen puas dan menjadikannya tempat yang nyaman untuk semua kalangan dari mahasiswa, pekerja kantoran, hingga anak kecil dan orang tua.

Oleh karena itu pelaku bisnis harus memberikan pelayanan baik dari berbagai aspek dengan tepat agar mampu bersaing. Banyaknya bermunculan café baru membuat café yang tidak kuat akan mudah bangkrut dari pesaingnya. Dari banyaknya alternatif café konsumen jadi lebih selektif dalam memilih dan menentukan pilihan café mana yang akan mereka kunjungi. Kepuasan pelanggan adalah komponen nilai utama yang mendorong perusahaan untuk mencapai tujuan dan kesuksesannya. Setiap perusahaan harus bersaing untuk menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam situasi seperti itu, terjadi persaingan yang ketat antara produsen, sehingga perusahaan harus memiliki bisnis yang kompetitif yang mengarah ke konsumen. Menurut pendapat Kotler (2010), “Kepuasan adalah perasaan seseorang mengenai kesenangan atau hasil yang mengecewakan dari membandingkan penampilan produk yang telah disediakan (hasil) yang berhubungan dengan harapan pelanggan. Dalam mengunjungi café konsumen tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman, tetapi tetapi menginginkan pengalaman yang berbeda dan rasa yang berbeda.

Di bawah ini merupakan data rata-rata pengunjung Oppio Coffee selama bulan maret tahun 2022.



Gambar 1.1 Grafik Pengunjung Oppio Coffee di Bulan Maret

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa adanya fluktuasi naik turunnya jumlah pengunjung Oppio Coffe yang diasumsikan terjadi karena adanya persaingan ketat dari para pebisnis lain yang serupa. Ditambah dengan semakin banyaknya jumlah cafe di Yogyakarta yang membuat perusahaan harus berupaya mengkombinasikan keunggulan-keunggulan yang mereka miliki untuk terus menarik minat konsumen dan membuat konsumen merasa puas. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai penilaian konsumen dalam jasa café seperti: harga, suasana, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas merupakan salah satu kunci untuk memenangkan persaingan dengan pasar. Customer value adalah seperangkat manfaat dan pengorbanan yang terjadi ketika pelanggan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Kualitas pelayanan merupakan upaya yang menjamin ketepatan penyampaian dengan memenuhi kebutuhan dan persyaratan konsumen serta menyeimbangkan harapan konsumen (Fandy Tjiptono, 2007).

Konsumen dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan produsen dari beberapa aspek yaitu: pelayanan yang cepat dan tanggap sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen. Di era pandemi seperti sekarang, 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. Pendapat menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2001) yang mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk

menjalankan fungsinya dan dapat mencakup daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengguna dan perbaikan dan atribut berharga lainnya. Kualitas produk yang baik dapat menghasilkan dapat menghasilkan produk yang baik dan dapat menjalankan fungsinya dengan baik. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan karena produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Faktor berikut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga menjadi salah satu bagian penting dalam pengambilan keputusan. Dimasa pandemi seperti sekarang ini hampir setiap orang merasakan dampaknya, salah satu dampak yang dirasakan adalah dampak ekonomi. Harga menjadi kekuatan utama bagi sebuah café untuk menarik konsumen. Persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam penilain tentang kualitas produk. Berdasarkan pendapat Kotler dan Keller yang dialihbahasakan oleh Bob Sabran (2009), yang dimaksud dengan harga adalah bagian dari bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan faktor lain juga menyertai biaya.

Selain harga dan kualitas produk, suasana café (Store atmosphere) juga sangat mempengaruhi daya tarik konsumen di era pandemi seperti ini. Semakin banyak konsumen mencari tempat yang lebih nyaman dan instagramable serta suasana dan lingkunganya tetap sesuai dengan standar protokol kesehatan. Sopiha dan Syihabudhin (2008) menyatakan bahwa suasana café dapat menjadi faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam berkunjung dan kemudian melakukan pembelian di toko. Konsumen tidak hanya memperhatikan jasa dan barang yang ditawarkan, tetapi mereka juga memberikan perhatian terhadap lingkungan tempat mereka melakukan pembelian. Berdasarkan pendapat dari Kotler dan Keller

(2012) store atmosphere merupakan desain lingkungan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik dan wewangian untuk merancang tanggapan emosional dan persepsi pelanggan dan mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk.

Dimasa pandemi saat ini setiap café harus memiliki strategi dan inovasi yang lebih kreatif agar dapat menarik perhatian konsumen ditengah persaingan dengan bisnis lainnya. Pentingnya usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan keinginan masing- masing konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi dan inovasi yang diharapkan dapat memberikan rasa nyaman kepada konsumen dari segi suasana, kualitas produk, kualitas pelayanan yang baik serta harga yang terjangkau. Maka dari itu, penulis meneliti tentang Pengaruh persepsi harga, suasana café, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang di ambil adalah:

1. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Oppio Coffee?
2. Apakah suasana cafe dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Oppio Coffee?
3. Apakah kualitas produk dan pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Oppio Coffee?

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee
2. Untuk menguji apakah suasana café berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee
3. Untuk menguji apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffe

1.4. Kontribusi Penelitian

1. Bagi Peneliti

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

2. Bagi Oppio Coffee Yogyakarta

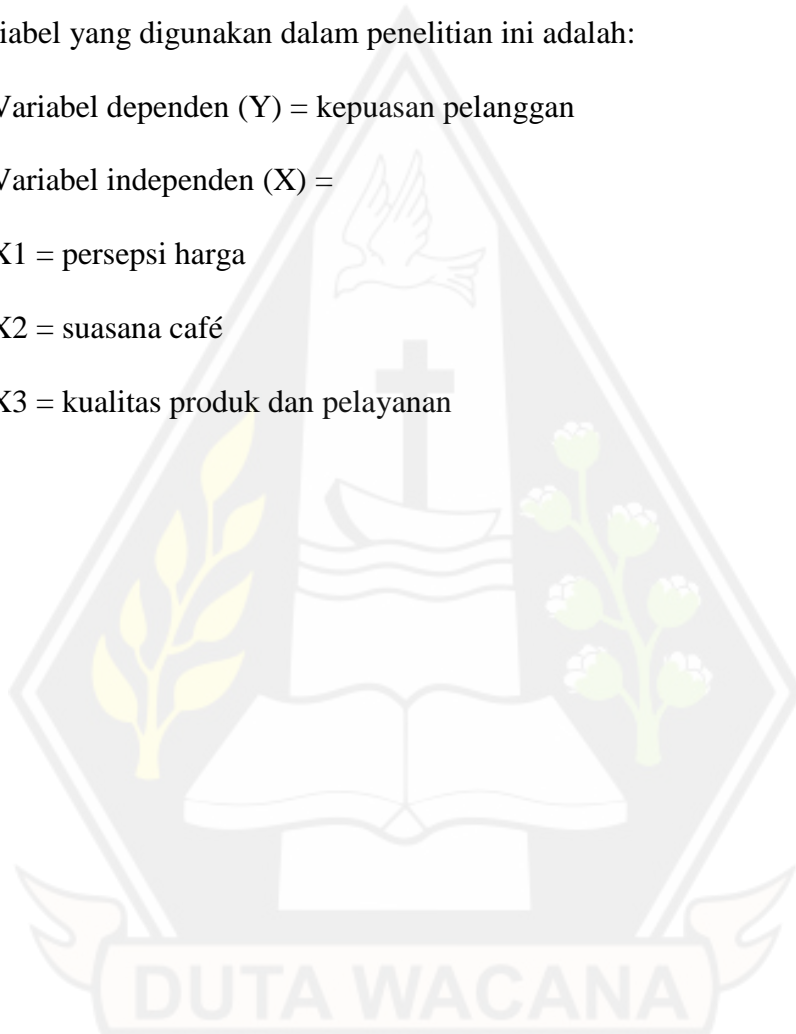
Diharapkan penelitian menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi Oppio Coffee untuk menentukan strategi dan inovasi pemasaran yang tepat untuk kedepannya.

3. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian ini menjadi referensi bagi dunia pendidikan dan bagi penelitian selanjutnya.

1.5. Batasan Penelitian

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di Oppio Coffee Yogyakarta
2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Oppio Coffee Yogyakarta.
3. Jumlah responden sebanyak 100 orang
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a. Variabel dependen (Y) = kepuasan pelanggan
 - b. Variabel independen (X) =
 - X1 = persepsi harga
 - X2 = suasana café
 - X3 = kualitas produk dan pelayanan



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan diatas maka dapat disimpulkan beberapa hasil penelitian ini sebagai berikut:

5.1.1 Profil Konsumen

Kesimpulan yang dapat diambil dari olah data 100 responden pengunjung Oppio Coffee Yogyakarta adalah didominasi oleh wanita dengan usia 21 – 25 tahun, dengan latar belakang pendidikan terakhir responden adalah SMA dan rata-rata pengeluaran setiap bulan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, pekerjaan responden adalah mahasiswa kemudian frekuensi berkunjung selama 1 sampai 2 bulan terakhir sebanyak 1 – 3 kali.

5.1.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima
2. Suasana café secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

Kualitas produk dan pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak keterbatasan yang dialami peneliti. Penelitian ini mengambil responden pelanggan Oppio Coffee Yogyakarta sebanyak 100 responden.
2. Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang dialami oleh peneliti. Kuesioner ini dibagikan dengan jawaban tertutup dan dibagikan lewat google form kepada pelanggan tanpa paksaan dari pihak manapun.

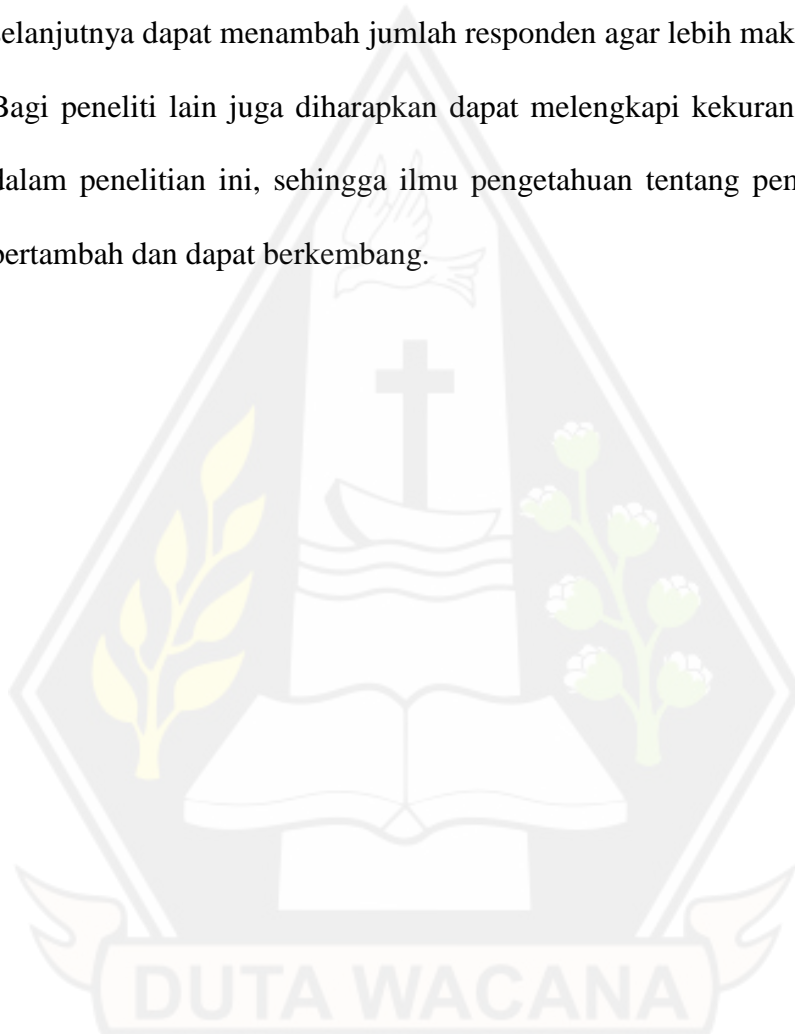
5.3. Saran

5.3.1 Saran Bagi Perusahaan

1. Oppio Coffee Yogyakarta diharapkan dapat lebih mempertimbangkan dan memperhatikan keterjangkauan harga yang ditetapkan agar pelanggan tetap merasa puas.
2. Oppio Coffee Yogyakarta diharapkan memberi kenyamanan suasana café, mengingat sekarang banyak sekali pelanggan yang menyukai café yang nyaman dan instagramable di masa sekarang.
3. Oppio Coffee Yogyakarta diharapkan dapat memberi rasa dan pelayanan yang ramah untuk pelanggan, mengingat Oppio Coffee merupakan salah satu tempat favorit anak muda hingga dewasa untuk menikmati makanan dan minuman agar mereka bisa menikmati sesuai dengan harapan mereka.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Variabel independen dalam penelitian ini masih dapat dikembangkan oleh peneliti selanjutnya terkait pengaruh kepuasan pelanggan diluar variabel persepsi harga, suasana café, dan kualitas produk dan pelayanan.
2. Penelitian ini masih menggunakan 100 responden dan diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden agar lebih maksimal.
3. Bagi peneliti lain juga diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini, sehingga ilmu pengetahuan tentang pemasaran dapat bertambah dan dapat berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D., & Ekasari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ecopreneur*. 12, 3(2), 139-146.
- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keberagaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Diponegoro Journal Of Social and Politic*.
- Bougie, Uma Sekaran. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis. Edisi 6 Buku 1*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit 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.
- Kotler dan Amstrong. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Kedua Belas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, Gary Amstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga

- Kotler, Philip dan. Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran . Jakarta: Erlangga .
- Kotler, P. 2010. Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. Terjemahan Anonimous. Jakarta. Kotler, Philip. (2011). Manajemen Pemasaran di Indonesia.Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan keller, 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga
- 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, K. &. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Suasana Cafe terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecopreneur 12. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Volume 3, nomor 2*, 139-146.
- Kristianti, T., & Rivai, A. R. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Upnormal Semarang.
- 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*.

- Lupiyoadi, R., & A, H. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa.Edisi 2 cetakan 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Masrul dan Karneli, Okta. 2017. Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru). Jurnal JOM FISIP Vol. 4 No. 2.
- Mowen, C John, 2002, Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Kelima, Erlangga,Jakarta
- Potter, N. N., & J. H Hotchkiss. (2012). Food science (5th edition). New York: Chapman and Hall.
- SINAGA, A., SIHOMBING, S., & SITANGGANG, D. (2020). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA COFFEENATICS MEDAN. Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan, 119-144.
- Siregar, Syofian. 2014. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta: Andi.
- Subagyo, Pangestu, & Djarwanto. 2005. Statistik Induktif.Edisi 5. BPF: Yogyakarta.
- 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 Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D. 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&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumiyati, S., & Soliha, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Warunk Upnormal Semarang).
- Sopiah dan Syihabudhin. 2008. Manajemen Bisnis Ritel. Yogyakarta: Andi.
- 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. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi Pertama Yogyakarta: Andi Ofset.
- Tjiptono, Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran.Edisi Ketiga. Yogyakarta:
Andi.

Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset,
Yogyakarta.

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.

Utami, W.C. (2006). Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Ritel MOdern.
Jakarta.

Wijaya, T. 2011. Manajemen Kualitas Jasa. Edisi 1. PT Indeks, Jakarta

