

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA *CAFÉ*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA *CAFÉ* AND RESTO DI
KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA TIMUR**



SKRIPSI

Disusun Oleh :

ARENDSUMBU REDA ANABUNI

11150116

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

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

Oleh :

ARENDS UMBU REDA ANABUNI

11150116

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

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 : Arends Umbu Reda Anabuni
NIM : 11150116
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

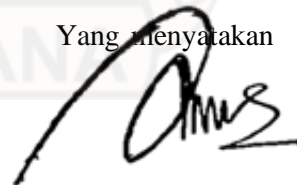
“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA *CAFÉ* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA *CAFÉ* AND RESTO DI KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA TIMUR”

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 : 05 Juli 2022

Yang menyatakan



(Arends Umbu Reda Anabuni)
NIM.11150116

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA
CAFÉ TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA CAFÉ AND
RESTO DI KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA
TIMUR”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ARENDS UMBU REDA ANABUNI

11150116

dalam Ujian Skripsi Program Studi

Manajemen Fakultas Bisnis

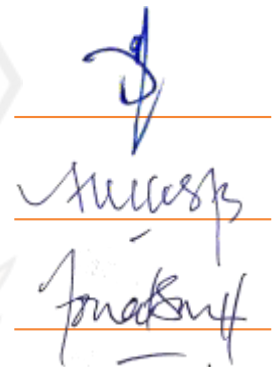
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada tanggal (09 Mei 2022)

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Singgih Santoso, MM
(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)
2. Dra. Purwani Retno Andalas,
MM(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)



Yogyakarta, 7 Juli 2022

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Bisnis



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

Ketua Program Studi Manajemen



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA *CAFÉ*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA *CAFÉ* AND RESTO DI
KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA TIMUR”**

Yang telah saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat-syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI bahwa hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau di duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi tiruan dari Karya pihak lainnya, maka saya bersedia disanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Waikabubak, 19 Maret 2022



Arends Uumbu Keda Anabuni (11150116)

KATA PENGANTAR

Terima kasih Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai, memberkati, dan melindungi dimanapun saya berpijak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana Café terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soemba Café and Resto di Kota Waikabubak Sumba Barat Nusa Tenggara Timur”

Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana di Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam proses penyusunan skripsi ini juga pastinya mengalami berbagai hambatan dan rintangan namun karena adanya bantuan seperti masukan, nasihat, dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dapat membantu serta memperlancar penyusunan skripsi ini. Maka dari itu dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE, MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
- Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, PhD., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
- Dosen Pembimbing saya Bapak Jonathan Herdioko, S.E, M.M yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyusun skripsi. Terima kasih atas segala bantuan, ilmu, masukan, motivasi dan kesabaran bapak dalam membantu penyusunan skripsi ini.
- Kedua orang terkasih yang sudah banyak memberi kebahagiaan untuk saya. Mulai dari dukungan doa, motivasi dan membiayai saya sehingga bisa berada di titik ini.

- Saudara/I dan sahabat saya yang sudah mendukung saya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi saya.
- Semua pihak yang telah membantu baik langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan secara baik.

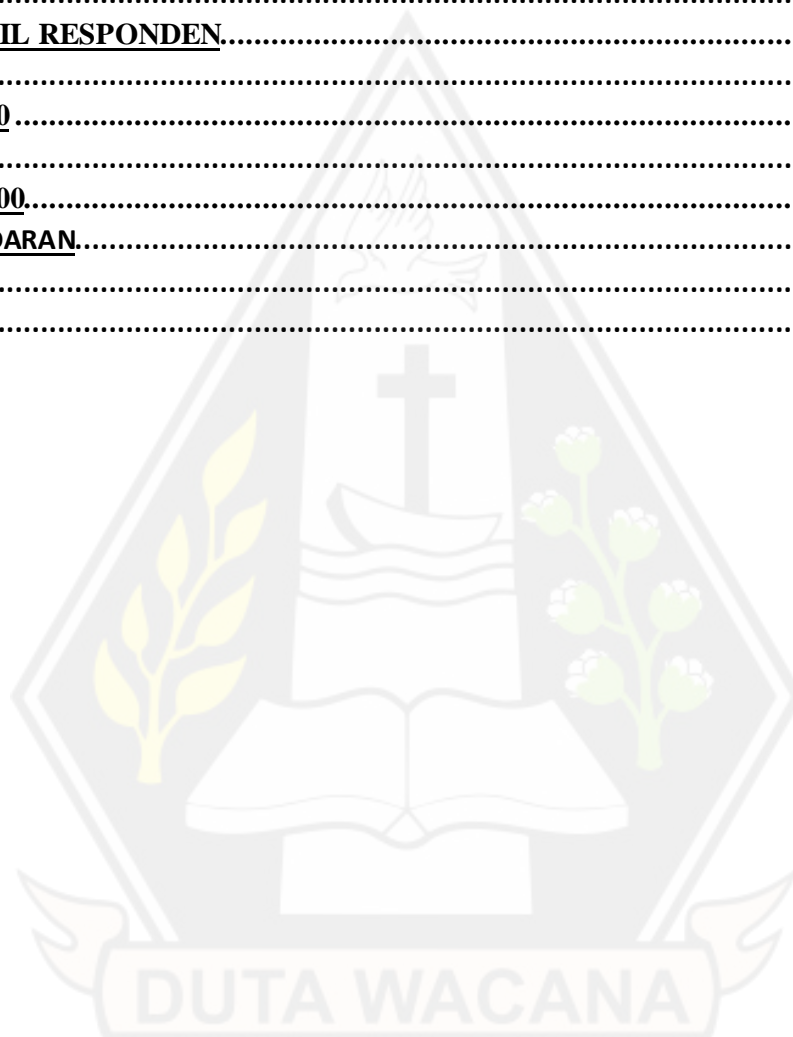


DAFTAR ISI

SKRIPSI HALAMAN PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tinjauan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 LANDASAN TEORI.....	8
2.1.1 Kepuasan Pelanggan.....	8
2.1.2 Kualitas Produk.....	12
2.1.3 Persepsi Harga.....	15
2.1.4 Suasana <i>Cafe</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Penelitian.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	23
2.4.1 Hubungan antara Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.2 Hubungan antara Persepsi Harga dengan Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.3. Hubungan antara Suasana <i>Café</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	25
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
3.1 Data.....	26
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2.1 Kuesioner.....	27
3.2.2 Studi Pustaka.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	30

3.5 Pengukuran Variabel.....	33
3.6 Metode Analisis Data.....	34
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.6.2 Uji Validitas.....	34
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	35
3.7 Uji Statistik.....	37
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.7.2 Koefisien Determinasi.....	38
3.7.3 Uji F.....	38
3.7.4 Uji t (signifikansi).....	39
BAB IV	41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Profil Responden Penelitian	41
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
4.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.1.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
4.1.6 Profil Responden Berdasarkan Berkunjung.....	46
4.1.7 Profil Responden Berdasarkan Mengetahui Soemba <i>Café</i> and Resto.....	47
4.1.8 Profil Responden Berdasarkan Asal.....	48
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	49
4.2.1 Uji Validitas.....	49
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.3 Pengujian Statistik.....	55
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.3.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	57
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan(Uji f)	58
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial Uji t (signifikansi).....	60
4.4 Pembahasan	62
4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan.....	63
4.4.3 Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	64
BAB V	66
PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.1.1 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2).....	67
5.1.2 Hasil Analisis Uji f.....	67

5.13 Hasil Analisis Uji t.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	68
5.3 Saran.....	68
5.3.1 Bagi Perusahaan.....	68
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN 1.....	74
LAMPIRAN 2.....	80
LAMPIRAN 3.....	95
REKAP HASIL DATA PROFIL RESPONDEN.....	95
LAMPIRAN 4.....	98
REKAP HASIL UJI DATA 30.....	98
LAMPIRAN 5.....	103
REKAP HASIL UJI DATA 100.....	103
LEMBAR REVISI UJIAN PENDADARAN.....	106
LEMBAR REVISI JUDUL SKRIPSI.....	107
KARTU KONSULTASI SKRIPSI.....	108



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA *CAFÉ*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA *CAFÉ* AND RESTO DI
KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA TIMUR**

ARENDS UMBU REDA ANABUNI

11150116

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

E-mail : arendsumbu76@gmail.com

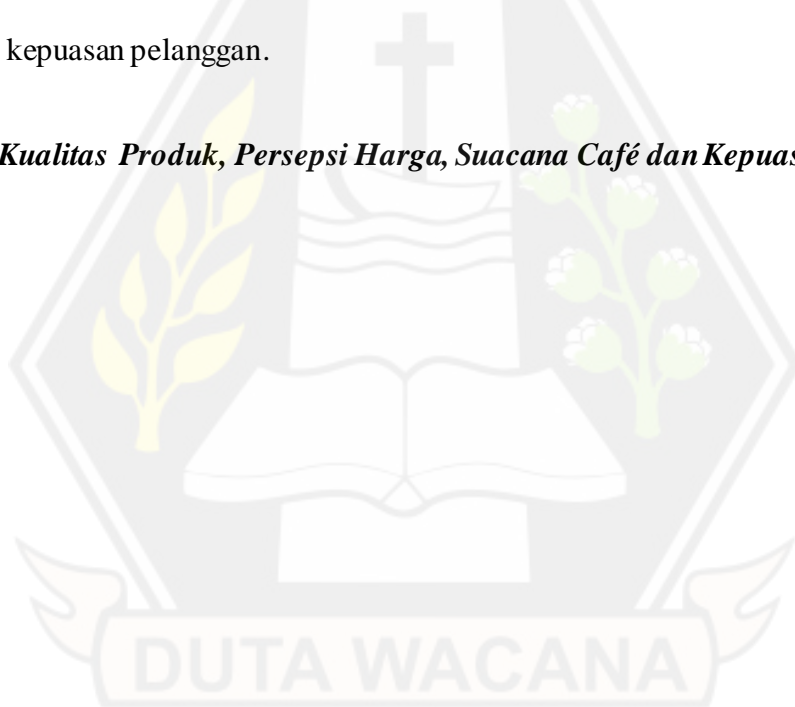
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga dan suasana *cafe* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto di Kota Waikabubak Sumba Barat Nusa Tenggara Timur. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Soemba *Café* and Resto minimal 2 (dua) kali dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *Purposive sampling* dengan metode *Non-probability sampling* dengan pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. Variabel bebas dalam penelitian ini

adalah kualitas produk, persepsi harga dan suasana *café* sedangkan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan

Angka Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 64,3% menunjukkan bahwa 64,3% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 35,7% persen dijelaskan oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang diteliti yaitu variabel kualitas produk, persepsi harga dan suasana *café* terbukti secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Kemudian melalui uji t dapat diketahui pula bahwa ketiga variabel independen tersebut di atas secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

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



***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND CAFÉ
ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT SOEMBA CAFÉ AND RESTO
IN WAIKABUBAK CITY, WEST SUMBA, EAST NUSA TENGGARA***

ARENDS UMBU REDA ANABUNI

11150116

Management Studies Program Faculty of Business

Duta Wacana Christian University Yogyakarta

E-mail : arendsumbu76@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine whether product quality, price perceptions and café atmosphere have a significant effect on customer satisfaction at Soemba Café and Resto in Waikabubak city, West Sumba, East Nusa Tenggara. The population in this study are consumers who have made purchases at Soemba café and Resto at least 2 (two) in the last 3 (three) months. The sample in this study was 100 respondents and the sampling technique used was purposive sampling technique with non-probability sampling method with variable measurement using a Likert scale. The data analysis method in this research is validity test, reliability test, multiple linear regression test, determination coefficient test (R^2), F test and t

test. The independent variable in this study is the product quality, perception of price and cafe atmosphere, while the dependent variable is the customer satisfaction.

The Adjusted R Square figure obtained is 64,3%, indicating that 64,3% of the customer satisfaction variable can be explained by the three independent variables in the regression equation. While the remaining 35.7% percent is explained by other variables outside the three variables used in this study. Furthermore, the F test shows that the three independent variables studied, namely the variable product quality, price perception and cafe atmosphere are proven simultaneously to have a significant effect on the dependent variable customer satisfaction. Then through the t test it can also be seen that the three independent variables above partially also have a significant effect on the trend variable, namely the customer satisfaction

Keywords: Product Quality, Price Perception Cafe Atmosphere and Customer Satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini dunia usaha menjadi sangat berkembang. Hal seperti ini dikarenakan adanya ide yang sangat kreatif dan inovatif dari para pelaku bisnis dan juga adanya persaingan bisnis sejenis yang berlomba-lomba untuk menarik perhatian masyarakat terutama dalam memasarkan produk dalam suatu usaha. Sehingga, para pelaku bisnis dituntut untuk selalu berinovasi agar suatu produk mampu bertahan dari persaingan yang semakin ketat dan harus bisa menarik perhatian para pelanggan.

Bidang usaha pada saat ini yang mengalami perkembangan pesat, yaitu bidang usaha makanan dan minuman. Salah satu bisnis di dunia makanan dan minuman adalah *cafe* yang merupakan minat masyarakat pada saat ini. Sehingga, bisa dikatakan *cafe* tidak hanya menjadi sebuah perhatian, tetapi juga menjadi sebuah bisnis yang menjanjikan untuk saat ini dan masa yang akan datang. Dengan berkembangnya bisnis di bidang *cafe*, para pelaku bisnis bersaing untuk dapat menghasilkan produk yang dapat menarik perhatian masyarakat dari segi kualitas produk, harga, hingga pada suasana *cafe*.

Kota Waikabubak, Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur merupakan ibu kota dari kabupaten Sumba Barat. Kota Waikabubak dikenal dengan kota yang penuh dengan keragaman dan budaya adat istiadat yang menarik. Kota Waikabubak belum banyak tempat-tempat kuliner seperti *café*. Dengan adanya Soemba *Café* and Resto menambah keistimewaan kota Waikabubak untuk semakin banyak pengunjung dari luar kabupaten Sumba Barat.

Soemba *Café* and Resto beralamat di Jl.A Yani,Kecamatan Kota Waikabubak,Kabupaten Sumba Barat, Nusa Tenggara Timur adalah *café* yang terbilang baru dan cukup terkenal di kalangan masyarakat kota Waikabubak. Meskipun Soemba *Café* and Resto berdiri pada saat pandemic *Covid-19*, tetapi Soemba *Cafe* and Resto mendapat respon yang positif dari masyarakat. Pada saat Soemba *Cafe* and Resto dibuka, terbukti dengan antusias masyarakat yang datang tetapi tetap menaati protokol kesehatan yang ketat sesuai peraturan Pemerintah. Nama Soemba *Cafe* and Resto terbilang unik karena mengangkat nama Soemba yang mana Pulau Sumba merupakan salah satu pulau yang ada di Indonesia yang terkenal dengan keindahan alamnya. Tetapi nama Soemba yang dipakai oleh ownernya berbeda dengan beberapa *café* yang ada di Sumba yang juga memakai nama Sumba. Menurut owner menggunakan *ejaan* lama Soemba mempunyai ketertarikan dan perbedaan yang menarik baik dari segi bangunan,makanan,minuman dan suasana di dalam *café*. Soemba *Café* and Resto dalam masa pembenahan agar kedepan lebih identik dengan kebudayaan Sumba dalam hal desain dan interior sehingga makna Sumba dipadukan dengan konsep industrial modern menjadi menarik.

Soemba *Café* and Resto menawarkan berbagai jenis minuman dan makanan dengan harga terjangkau sesuai kebutuhan dari pelanggan. Desain Tempat dengan menggunakan konsep yang minimalis dan industrial sehingga terkesan mewah dan *instagramable*, akses menuju ke Soemba *Café* and Resto mudah dijangkau karena lokasi bangunannya bertempat di jalan utama dan dekat dengan area publik seperti pertokoan dan pasar. Fasilitas yang diberikan oleh Soemba *Cafe* and Resto yaitu *Free-Wifi*, lahan parkir yang luas, makanan dan minuman yang bisa memenuhi kebutuhan pelanggan, ada juga musik sehingga menambah kesan menarik. Menurut owner dalam waktu yang akan datang,Soemba *Café* and Resto juga akan adakan live musik. Produk-produk yang ditawarkan oleh Soemba *Cafe* and Resto sangat beragam mulai dari minuman hingga

makanan berat. Minuman lokal dan *western* serta makanan lokal sampai *western*, karena target pasar Soemba *Café* and Resto sendiri bukan hanya warga lokal melainkan sampai pada warga mancanegara.

Kualitas produk adalah kualitas produk yang tujukan atau diberikan kepada pelanggan. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa penjual telah memberikan kualitas produknya apabila produk atau pelayanannya sudah memenuhi atau mencapai harapan para pelanggan. Kualitas produk merupakan produk yang ditawarkan oleh penjual yang mana produk itu mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh para pesaing. Tetapi, suatu produk dengan penampilan yang menarik atau yang lebih baik, bukanlah tolak ukur produk dengan kualitas tinggi, jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan.

Produk adalah segala sesuatu baik berupa barang atau jasa yang bisa ditawarkan kepada siapapun. Sehingga, produk kita di cari, di beli dan digunakan atau dikonsumsi pelanggan sebagai pemenuhan kebutuhan (Tjiptono 2008). Dari penjelasan tersebut peneliti menyimpulkan faktor utama dalam memenangkan persaingan maka Soemba *Café* and Resto harus memperhatikan nilai jual dari produknya yang bisa membedakan dari produk lainnya, tetapi tidak harus berlebihan dalam menyajikan produk melainkan lebih pada mendalami apa yang dibutuhkan oleh pelanggan agar mendapatkan kepuasan pelanggan.

Harga dikatakan mahal atau murah tergantung dari setiap individu, dari persepsi individu pelanggan itu sendiri yang dilatar belakangi oleh kondisi individu (schiffman dan kanuk, 2001). Persepsi harga ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Hendri dan Sumanto. (2010) serta Yuni Candra. (2012), yang menyatakan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh pelanggan. Dari penjelasan tersebut peneliti menyimpulkan untuk persepsi harga tergantung dari latar belakang dan juga kemampuan seseorang untuk mendapatkan

suatu barang, maka Soemba *Café* and Resto bisa membuat harga dan juga produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan pelanggan. Karena produk dan harga sepadan apabila kualitas dari produknya juga sesuai dengan kebutuhan pasar atau biaya produksinya.

Menurut Berman dan Evan yang telah dialih bahasakan oleh Lina Salim (2014:528) menyatakan bahwa:

“Suasana toko terdiri dari berbagai tampilan *interior, eksterior, lay out*, kenyamanan, udara yang sejuk, pelayanan, musik dan sebagainya yang dapat menimbulkan daya tarik bagi pelanggan”.

Maka Soemba *Café* and Resto bisa memanfaatkan pencahayaan, musik, serta warna atau membuat variasi dalam *café* agar lebih eksentrik.

Untuk itulah peneliti ingin meneliti dan mengetahui tentang kepuasan pelanggan pada Soemba *Cafe* and Resto. Oleh karena itu, peneliti mengambil judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SOEMBA CAFE AND RESTO DI KOTA WAIKABUBAK SUMBA BARAT NUSA TENGGARA TIMUR”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah yang diajukan oleh peneliti adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto?
3. Apakah suasana *café* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto?

1.3 Tinjauan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto.
3. Untuk mengetahui pengaruh suasana *café* terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai salah satu referensi untuk para mahasiswa/mahasiswi dalam dunia pendidikan untuk melakukan penelitian pada bidang yang serupa.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan berbagai informasi yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan acuan bagi *Soemba Cafe and Resto* untuk menentukan strategi pemasarannya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat memberikan sarana bagi peneliti untuk membandingkan teori yang telah didapat dalam perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya, sehingga dapat menambah wawasan atau pengetahuan bagi peneliti, khususnya saat menulis karya ilmiah yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

4. Manfaat untuk Masyarakat

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan atau wawasan dalam bidang manajemen pemasaran dan juga untuk keperluan penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian tentang masalah diatas tidak terlalu umum dan lebih spesifik, maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. Obyek Penelitian : Soemba *Café* and Resto Jl. A,Yani, Kabupaten Sumba Barat, Kecamatan Kota Waikabubak, Nusa Tenggara Timur
2. Waktu Penelitian : September-November, 2021
3. Variabel bebas (X): Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Suasana Cafe
4. Variabel terikat(Y) : Kepuasan Pelanggan
5. Jumlah responden : 100 responden
6. Responden : Masyarakat yang pernah berkunjung ke Soemba *café* and Resto minimal dua (2) kali dalam tiga(3) bulan terakhir

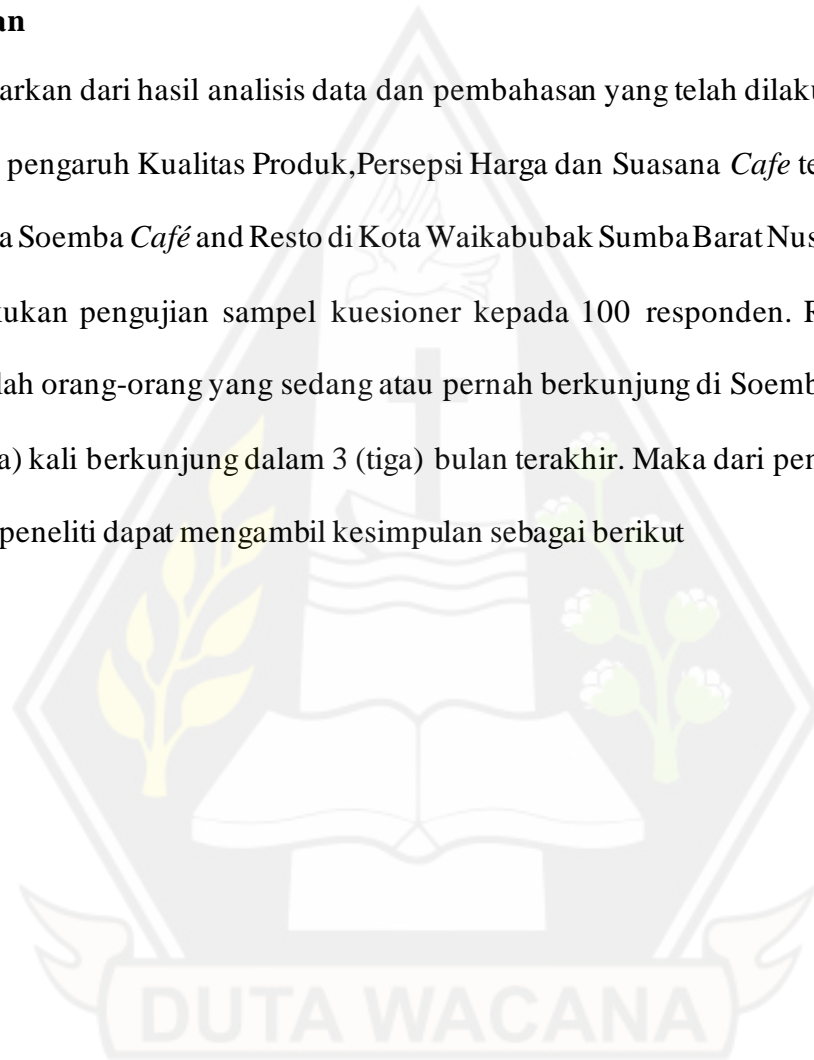


BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti terkait tentang pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana *Cafe* terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Soemba Café and Resto* di Kota Waikabubak Sumba Barat Nusa Tenggara Timur dengan melakukan pengujian sampel kuesioner kepada 100 responden. Responden dalam penelitian adalah orang-orang yang sedang atau pernah berkunjung di *Soemba Café and Resto* minimal 2 (dua) kali berkunjung dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Maka dari penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut



5.1.1 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk Koefisien Determinasi (R^2), dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana *Cafe* mempengaruhi 64,3% terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 35,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti Promosi, Selera Pelanggan dan lain – lain.

5.1.2 Hasil Analisis Uji f

Berdasarkan hasil output dari SPSS menunjukkan bahwa hasil output SPSS memberikan nilai F hitung sebesar 60.448 dan probabilitas sebesar 0.000 sehingga $0.000 < 0.05$. Karena nilai probabilitas lebih kecil daripada nilai signifikansi, H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa kualitas produk, persepsi harga dan suasana *cafe* secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soemba *Café* and Resto di Kota Waikabubak Sumba Barat Nusa Tenggara Timur.

5.1.3 Hasil Analisis Uji t

Berdasarkan hasil analisis uji t yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel independen Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana *Café* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Soemba *Café* and Resto. Namun pada nilai t hitung, variabel Kualitas Produk memiliki hasil nilai t hitung yang lebih tinggi dibandingkan variabel independen lainnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan yang sedang atau sudah berkunjung di Soemba *Café* and Resto akan menilai apakah

kualitas produk yang ditawarkan Soemba *Café* and Resto sudah sesuai dengan manfaat atau nilai yang akan diterima oleh pelanggan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa para responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan pilihan-pilihan jawaban yang diberikan.
- b. Cakupan dari jumlah responden hanya terbatas pada 100 orang responden.
- c. Variabel penelitian hanya sebagian kecil mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sementara masih banyak lagi variabel lain yang mampu meningkatkan keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang peneliti berikan, yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis Regresi Linear Berganda yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini mengenai pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan suasana *café* terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto di Kota Waikabubak Sumba Barat Nusa Tenggara Timur, saran yang dapat diberikan oleh peneliti bagi Soemba *Café* and Resto adalah sebagai berikut:

- a. Kualitas Produk terbukti sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto. Sehingga, pihak Soemba *Café* and Resto harus terus memastikan agar produk-produk yang ditawarkan oleh Soemba *Café* and Resto tetap disukai oleh pelanggan atau sudah mencapai tingkat kepuasan dari pelanggan. Sehingga, pelanggan tetap merasa puas dengan produk Soemba *Café* and Resto itu sendiri.
- b. Persepsi Harga terbukti sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Soemba *Café* and Resto. Sehingga, pihak Soemba *Café* and Resto harus terus memastikan bahwa harga yang ditawarkan oleh Soemba *Café* and Resto sesuai dengan daya beli pelanggan serta manfaat yang didapatkan oleh pelanggan dapat membuat pelanggan tetap merasa puas dengan harga yang ditetapkan oleh Soemba *Café* and Resto.
- c. Dari hasil penelitian ini, diketahui responden yang rata-rata merupakan generasi muda atau milenial (pelajar/mahasiswa) sangat memperhatikan suasana yang ada di Soemba *Café* and Resto. Secara keseluruhan bisa disimpulkan, bahwa banyak responden yang memberi tanggapan baik terkait suasana di Soemba *Café* and Resto itu sendiri. Sehingga, sangat diharapkan untuk pihak Soemba *Café* and Resto agar terus lebih mengembangkan suasana *café*, supaya menjadi lebih menarik di mata pengunjung dan membuat suasana pengunjung lebih nyaman.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti kepada peneliti selanjutnya guna melengkapi dan membantu penelitian agar lebih baik kedepannya, yaitu sebagai berikut:

1. Disarankan agar para peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode penelitian yang berbeda dan bervariasi dengan metode seperti melakukan wawancara langsung kepada responden sehingga mendapatkan data yang lebih akurat dan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan lebih luas dan lengkap.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan bisa melakukan metode pendekatan yang lebih baik lagi terhadap responden dalam melakukan penyebaran kuesioner, sehingga diharapkan nantinya dapat memperoleh informasi yang lebih banyak terkait penelitian yang dilakukan.
3. Pada penelitian yang mendatang, peneliti diharapkan mampu menemukan variabel-variabel baru yang memiliki pengaruh terhadap kualitas produk oleh pelanggan.
4. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan atau meriset variabel-variabel yang tidak digunakan oleh peneliti seperti Kualitas Pelayanan, sehingga peneliti lebih mudah memahami tentang kualitas dan pelayanan dari suatu produk..
5. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperluas penentuan instrumen-instrumen dalam pemilihan indikator kuesioner, seperti yang peneliti gunakan di setiap variabel indikator agar indikator makanan dan minuman dipisah sehingga tidak menimbulkan kekeliruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T. Y., & Juanim, H. (2019). *PENGARUH MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Konsumen Bandung Original Merchandise Cihampelas Factory Outlet Jl. Cihampelas No. 210)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan FEB Unpas).
- Anggraini, M. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEPATU BATA MTC. GIANT PANAM PEKANBARU MENURUT EKONOMI SYARIAH* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Bimaria, N. P. P. R., Kulu, M. P., & Peridawaty, P. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy's Swalayan Palangka Raya. Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 1(3)*, 181-191.
- Bimaria, N. P. P. R., Kulu, M. P., & Peridawaty, P. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sendy's Swalayan Palangka Raya. Jurnal Manajemen Sains dan Organisasi, 1(3)*, 181-191.
- Cahya, N., Shihab, M. S. 2018. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus. Studi Kasus di PT. Datascrip*. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, Vol. 1, No. 01, 34–46.
- Dunan, H., & Prasela, Y. C. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DA KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK BAJU DISTRO OTSKY DI BANDAR LAMPUNG*.
- Fatmawati, N. 2017. *Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda"*. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 10, No. 01.
- Firmansyah, A., Muhammad. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya : Muhammadiyah University of Surabaya.
- Fitriany Nur febry., & Nanda Sholika. (2020). *Penetapan Harga*. Jakarta ; Universitas Persada Indonesia.
- Hasan, A., & Hamid, N. A. (2021). *ANALISIS PERSEPSI HARGA, SUASANA CAFE DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ZERO CAFE*

- MAKASSAR. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(2), 256-270.
- Hidayat, M. S. (2019). ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPATU MEREK BOOTS PADA UMKM UD. WARDANA SURODINAWAN MOJOKERTO. *Ekonomi Manajemen*.
- Hidayat, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Dyantara Cipta Persada Di Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(3).
- Hidayat, S. R. (2020). *Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Mitra Andalan Trans Anugerah* (Doctoral dissertation, STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).
- <https://konsultaskripsi.com/2021/08/19/komponen-kepuasan-konsumen-skripsi-dan-tesis-2/>. *Komponen Kepuasan Konsumen(skripsi dan tesis)*. Kresna. 11 November 2021
- https://tambahpinter.com/kepuasan-konsumen-revisi/#Pengertian_Kepuasan_Konsumen. *Kepuasan Konsumen/Pengertian, Teori, Faktor dan Indikator*. 27 November 2021.
- <https://www.e-jurnal.com/2014/11/eleme-kepuasan-konsumen.html>. *Elemen Kepuasan Konsumen*. Jurnal Hasil Riset. Rikianto. 11 November 2021
- Jamilah, Nurmadinah. 2017. *Modul Pengukuran Kepuasan*, VOL.1, NO.1.
- Kusuma, R. W., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh Kualitas produk, harga, fasilitas dan emosional terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- LIMBONG, H. (2020). *ANALISIS PENGARUH PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI LING-LUNG CAFE YOGYAKARTA*.
- Mardiasih, T. S. (2020). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *iqtishadEQUITY*, 2(1).
- Mardiasih, T. S. 2019. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Vol. 2, No.1, 05.
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar. *EMAS*, 1(1), 31-42.
- Nuha, M. K. S. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan, Persepsi Harga Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sendang Pengilon Di Kabupaten Klaten* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). 11–21

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Romadhon, R. D., & Rachman, M. M. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KUALITAS PRODUK DAN SUASANA RESTORAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PANCIOS RESTORAN CWS*. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 2(1), 597-604.
- Sari, N. K. (2019). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN SUASANA CAFE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA CAFE SAWAH PUJON MALANG* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Sari, N. R., Awaliah, V., Agnyoto, P., & Meiyanti, F. (2021). ANALYSIS OF TECHNOLOGY UTILIZATION AND INNOVATION OF CONSUMER SATISFACTION IN PANDEMIC COVID-19. *JABI (Journal of Accounting and Business Issues)*, 1(02), 51-68.
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Niat Beli Ulang*. *E Jurnal Manajemen*, 7(10).
- Savitri, I. A. P. D., & Wardana, I. M. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748-5782.
- Secapramana, Verina.2000. *Model Dalam Strategi Penetapan Harga*.Unitas, VOL.9,NO.1.
- SHOLIHAH, I. A. (2020). *PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Sholihah, I. A., Tata, P., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). Pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di merdeka cafe nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(1).
- Soelistio, Y. (2016). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Paket Pos Indonesia. *Yogyakarta State University*.
- www.karyatulisku.com/20-pengertian-validitas-, Pengertian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Menurut Para Ahli Serta Daftar Pustaka. 7 Oktober 2021.