

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J.CO  
DONUTS AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :**

**SRI VANY THERESIA MANALU**

**11190762**

**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 : Sri Vany Theresia Manalu  
NIM : 11190762  
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:

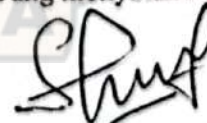
**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J.CO DONUTS  
AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA”**

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 : 19 Januari 2023

Yang menyatakan



(Sri Vany Theresia Manalu )

11190762

**HALAMAN PENGAJUAN**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Sri Vany Theresia Manalu

11190762

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul :

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J.CO DONUTS AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**SRI VANY THERESIA MANALU**

**11190762**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

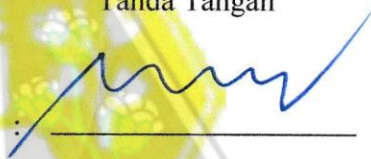
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 19 Januari 2023.

Nama Dosen

Tanda Tangan

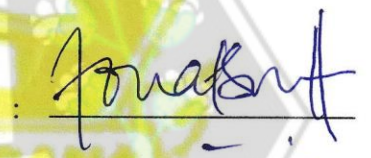
1. **Dra. Ety Istriani, M.M.**

(Ketua Tim)



2. **Jonathan Herdioko, S.E., M.M.**

(Dosen Penguji)



3. **Dr. Andreas Ari Sukoco, M.M., M.Min.**

(Dosen Pembimbing)



Yogyakarta, 25 Januari 2023

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. Perminas Pangeran, M.Si**



**Drs. Sisnuhadi, MBA., ph.D**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J.CO  
DONUTS AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA “.**

Yang saya kerjakan guna untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari hasil karya pihak lain pada perguruan tinggi atau institusi, kecuali pada bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 13 Desember 2022



Sri Vany Theresia Manalu  
(11190762)

## HALAMAN MOTTO

“Datanglah kepada-Ku, hai semua yang berjerih lelah dan berbeban berat, dan Aku akan memberimu kelegaan. Pikullah kuk-Ku atasmu, dan belajarlah dari-Ku, sebab Aku lemah lembut dan rendah hati, dan engkau akan mendapatkan kelegaan bagi jiwamu”

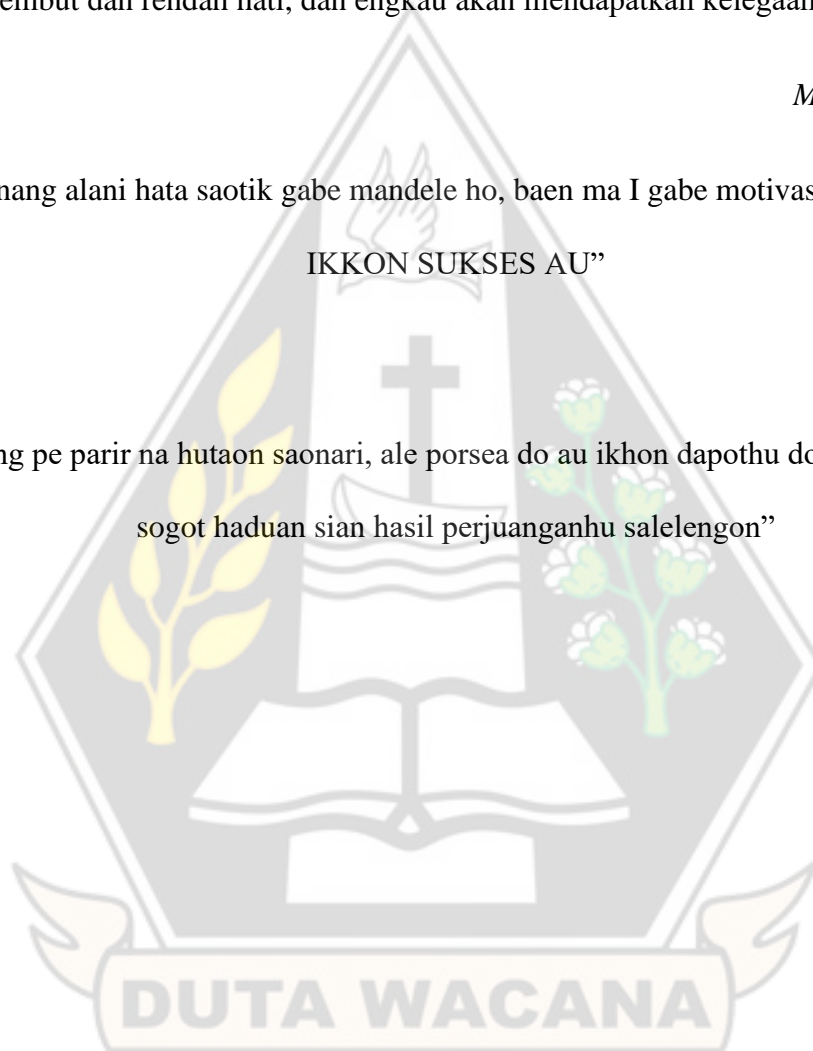
*Matius 11:28-29*

“ Unang alani hata saotik gabe mandele ho, baen ma I gabe motivasi di ngolum  
IKKON SUKSES AU”

*Ica stg*

“ Nang pe parir na hutaon saonari, ale porsea do au ikhon dapothu do hasonangan  
sogot haduan sian hasil perjuanganhu salelengon”

*Sri Manalu*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa selalu menyertai, menemani, dan menguatkan saya dengan berkat yang luar biasa .
2. Kedua orang tua saya Bapak Lamhot Manalu dan Ibu Rimbun Sibuea yang sangat saya cinta dan hormati yang selalu mendoakan saya, menyayangi saya dan mendukung saya dalam pengerjaan skripsi ini
3. Keluarga besar saya Pomparan OP. Manutur Manalu dan OP. Asni Sibuea yang mendoakan dan mendukung saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
4. Teman-teman saya Brigita Purba, Yohana Nainggolan, Angel Sembiring, dan Ketsya Emor yang memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi ini
5. Teman-teman saya Ni Kadek Wida, Ka Abraham, Laustar, Emonanda, Alexander, Nabrin dan Bang Michael yang membantu dan memberikan dukungan buat saya dalam pengerjaan skripsi ini
6. Dan semua pihak yang terlibat dalam membantu saya menyelesaikan penulisan skripsi ini

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan yang Maha Esa, sehingga saya bisa menyelesaikan penyusunan skripsi saya ini dengan baik dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KONSUMEN J.CO DONUTS AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir penulis untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Prodi Manajemen pada Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masi jauh dari kata sempurna oleh karna keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapatkan, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini.

Segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih khususnya kepada:

1. Bapak Dr.Perminas Pangeran, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana
2. Bapak Drs.Sisnuhadi, M. BA selaku Kaprodi Manajemen UKDW



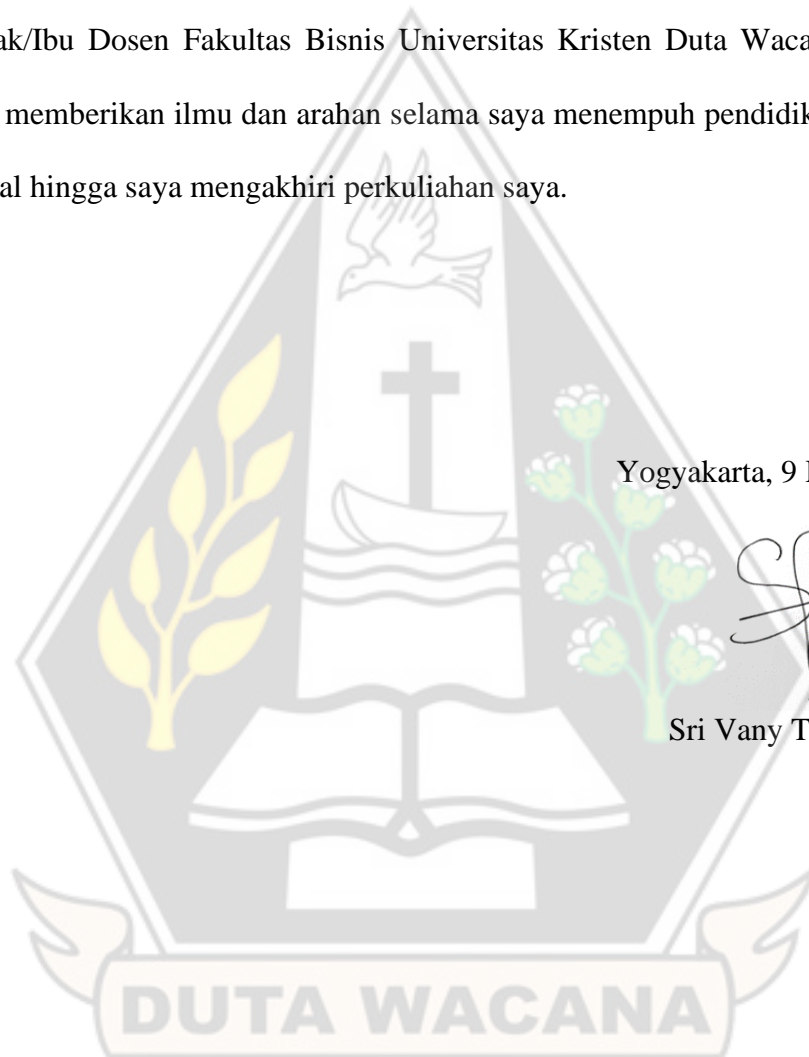
3. Dr. Andreas Ari Sukoco, S.E, M.M., M.Min, selaku dosen pembimbing saya dalam pengerjaan skripsi saya ini. Saya mengucapkan banyak terimakasih telah membimbing saya, memberikan arahan dan saran dalam penulisan skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang sudah banyak memberikan ilmu dan arahan selama saya menempuh pendidikan perkuliahan dari awal hingga saya mengakhiri perkuliahan saya.

Yogyakarta, 9 Desember 2022



Sri Vany Theresia Manalu

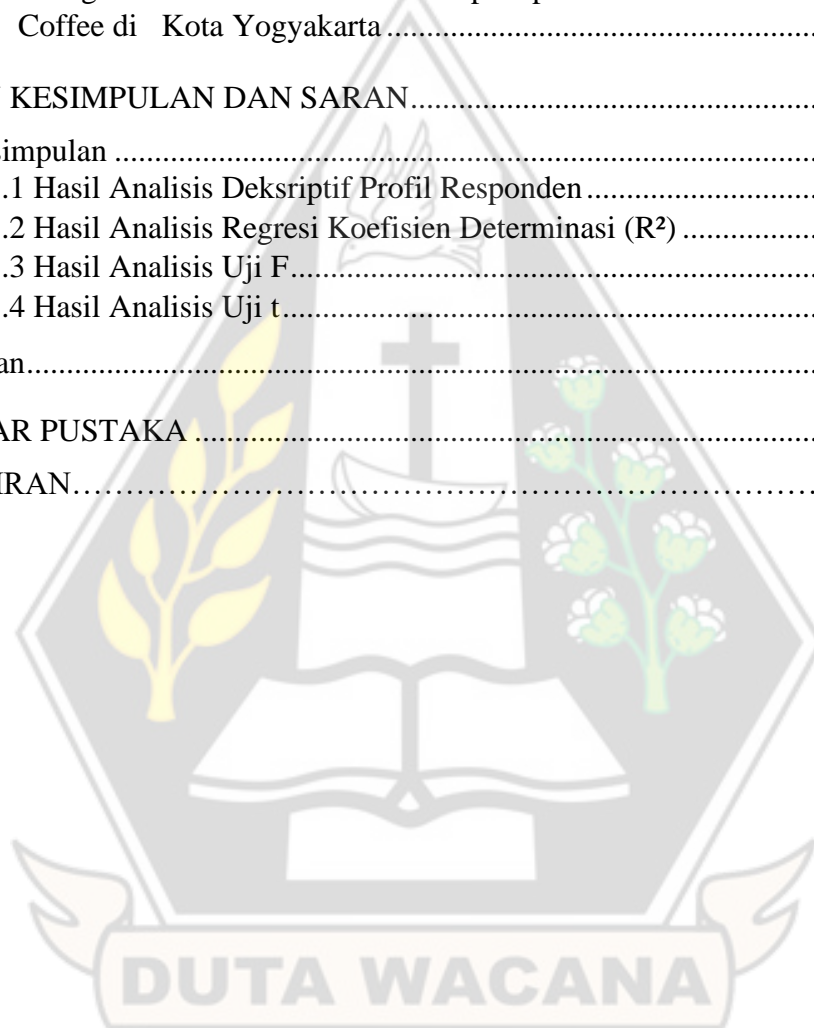


## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK .....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Variabel Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Batasan Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian Variabel.....	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Persepsi Harga .....	11
2.1.3 Kualitas Produk.....	12
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	21
2.3.1 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	21
2.3.2 Hubungan Persepsi Harga dengan Kepuasan Konsumen .....	22
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen .....	23

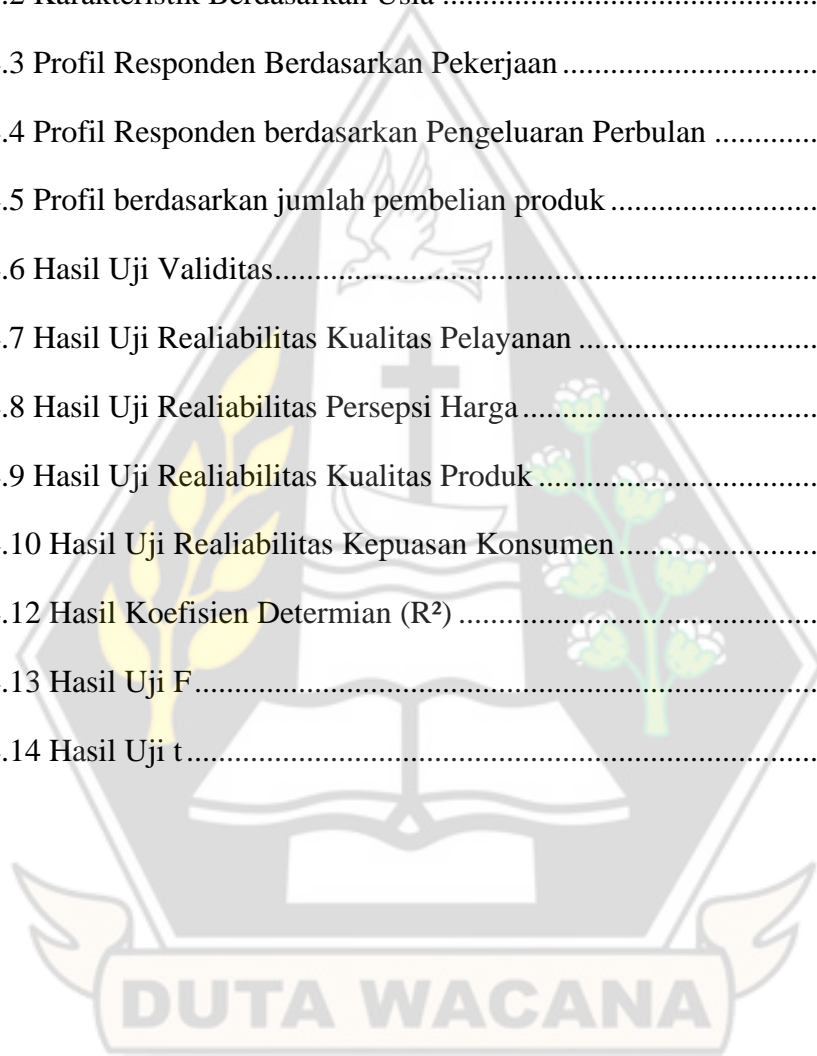
2.4 Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Populasi.....	27
3.4 Sampel.....	27
3.5 Penentuan Teknik Sampel.....	29
3.6 Data dan Jenis Data.....	29
3.7 Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	31
3.7.1 Variabel Penelitian.....	31
3.7.2 Definisi Operasional Variabel.....	31
3.7.3 Pengukuran Variabel.....	34
3.8 Metode Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Dekriptif.....	35
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.9.1 Uji Validitas.....	35
3.9.2 Uji Reabilitas.....	36
3.10 Uji Statistik.....	37
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.10.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	38
3.10.3 Uji Hipotesis.....	39
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Profil Responden Penelitian.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	44
4.1.4 Profil Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	45
4.1.5 Profil responden berdasarkan jumlah pembelian produk J.CO Donuts and Coffee.....	46
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	47
4.2.1 Uji Validitas.....	47
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Pengujian Hipotesis.....	51
4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.3.2 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	54

4.3.3 Uji Signifikasi secara Simultan (Uji F).....	55
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t) .....	57
4.4 Pembahasan.....	59
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta .....	59
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta .....	60
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden .....	63
5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
5.1.3 Hasil Analisis Uji F.....	64
5.1.4 Hasil Analisis Uji t.....	64
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>



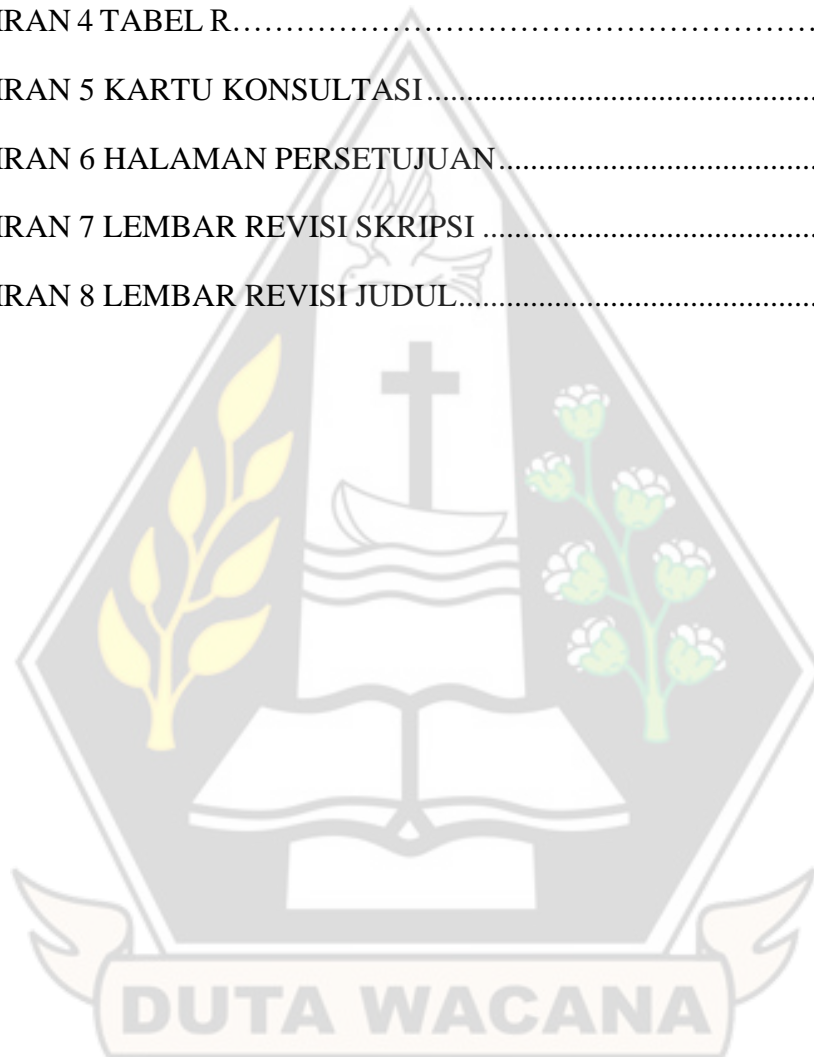
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.7 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	45
Tabel 4.5 Profil berdasarkan jumlah pembelian produk .....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Realiabilitas Kualitas Pelayanan .....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Realiabilitas Persepsi Harga .....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Realiabilitas Kualitas Produk .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Realiabilitas Kepuasan Konsumen.....	51
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determian ( $R^2$ ) .....	55
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	58



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUSIONER PENELITIAN .....	69
LAMPIRAN 2 REKAP DATA RESPONDEN (EXCEL).....	74
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA SPSS .....	81
LAMPIRAN 4 TABEL R.....	92
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI.....	93
LAMPIRAN 6 HALAMAN PERSETUJUAN.....	95
LAMPIRAN 7 LEMBAR REVISI SKRIPSI .....	96
LAMPIRAN 8 LEMBAR REVISI JUDUL.....	97



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN J.CO  
DONUTS AND COFFEE DI KOTA YOGYAKARTA**

**Sri Vany Theresia Manalu**

**11190762**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**[Sri.manalu@students.ukdw.ac.id](mailto:Sri.manalu@students.ukdw.ac.id)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk, sedangkan variabel terikatnya kepuasan konsumen. Responden penelitian ini adalah para konsumen yang sudah pernah membeli produk J.CO Donuts and Coffee yang berada di Kota Yogyakarta. Metode pengumpulan data penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kusioner. Sampel yang digunakan dan dipilih menggunakan Purposive Random Sampling. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 100 orang. Untuk metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan untuk melihat kontribusi setiap variabel bebas secara parsial digunakan uji t dan untuk menguji hipotesis digunakan uji F.

Berdasarkan analisis data diperoleh nilai  $R^2$  sebesar 0,696 artinya 69,6% kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan sisanya 30,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Kemudian melalui uji t dapat diketahui bahwa variabel independt kualitas pelayanan, persepsi harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND  
PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF J.CO DONUTS  
AND COFFEE IN YOGYAKARTA CITY**

**Sri Vany Theresia Manalu**

**11190762**

**Management Study Program, Faculty of Business**

**Duta Wacana Christian University**

**[Sri.manalu@students.ukdw.ac.id](mailto:Sri.manalu@students.ukdw.ac.id)**

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the influence of service quality, price perception and product quality on consumer satisfaction J.CO Donuts and Coffee in Yogyakarta City. In this study, it used the variables of free service quality, price perception and product quality, while the variables were tied to consumer satisfaction. The respondents to this study are consumers who have purchased products J.CO Donuts and Coffee in Yogyakarta City. The method of collecting data for this study is by distributing questionnaires. Samples were used and selected using Purposive Random Sampling. The number of respondents used in this study was 100 people. For the analysis method used in this study is multiple linear regression analysis and to see the contribution of each free variable partially used t test and to test the hypothesis used F test. Based on data analysis, an  $R^2$  value of 0.696 was obtained, meaning that 69,6% of service quality, price perception, and product quality had a significant effect on consumer satisfaction, and the remaining 30,4% was influenced by other variables that have not been studied.*

*Based on the results of the F test, it is known that service quality, price perception and product quality simultaneously affect Consumer Satisfaction. Then through the t test, it can be seen that the variables independt service quality, price perception and product quality are partially significantly affected by consumer satisfaction.*

***Keywords: Service Quality, Perceived Price, Product Quality and Consumer Satisfaction***



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan kemajuan dunia bisnis saat ini, persaingan ketat menjadi salah satu hal penting yang harus diperhatikan baik oleh perusahaan atau maupun pengusaha salah satunya yaitu bisnis dibidang penjualan makanan atau kuliner. Saat ini bisnis kuliner menjadi pusat perhatian bagi pelaku usaha karena memiliki prospek yang menjanjikan dimasa yang akan datang. Dengan tuntutan kemajuan perkembangan khususnya di dunia kuliner makanan, pengusaha bisnis kuliner harus bisa menjadi pelaku usaha yang kreatif dan berinovasi dalam menyediakan layanan kepada konsumen dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan yang berkualitas dibuktikan dengan bagaimana pihak perusahaan atau pelaku usaha menunjukkan kepada konsumen terhadap kemampuan pelayanan dan keadaan lingkungan yang ada di tempat usaha mereka. Selanjutnya yang harus diperhatikan adalah keahlian yang dimiliki perusahaan atau pelaku usaha untuk menarik daya beli terhadap konsumen yang dilihat dari kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, fasilitas, dan pelayanan penyajian apakah direspon cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen serta sikap tata krama pelayan atau pegawai yang melayani konsumen.

Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga menjadi nilai yang penting mempengaruhi kepuasan konsumen. Persepsi harga merupakan gambaran

bagaimana pandangan konsumen terhadap persepsi harga yang dilihat dari apakah produk tersebut sesuai dengan harapan konsumen atau tidak mengecewakan konsumen dengan harga yang mereka beli. Bukan hanya kualitas pelayanan dan persepsi harga saja yang menjadi pokok utama yang harus diperhatikan dalam usaha makanan tetapi kualitas produk dari makanan itu sendiri yang menjadi kategori penting bagi konsumen. Kualitas produk merupakan kondisi fisik suatu produk, baik berupa barang maupun jasa berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan seperti keawetan, kehandalan, dan lainnya. Dalam penelitian ini, penulis membahas kualitas produk makanan dan minuman. Kualitas makanan maupun minuman adalah karakteristik kualitas dari makanan atau minuman yang diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam mengalahkan pesaing.

Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan bisnis makanan. Saat mengevaluasi kualitas makanan maupun minuman ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu warna dari produk itu sendiri, penampilan produk penyajian makanan, porsi, tekstur makanan, dan cita rasa. Warna bahan makanan harus dipadukan agar tidak terlihat pucat atau warnanya tidak serasi. Kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen. Selain itu, konsumen harus memperhatikan penampilan produk karena merupakan salah satu faktor penting. Kesegaran dan kebersihan produk yang disajikan juga merupakan contoh hal penting yang mempengaruhi penampilan produk yang baik atau kurang berkenan bagi konsumen. Porsi dalam setiap

penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*. *Standard portion size* didefinisikan sebagai kuantitas item yang harus disajikan setiap kali item tersebut dipesan. Ada banyak macam tekstur makanan yaitu halus atau tidak, keras atau lembut, cair atau padat, empuk atau tidaknya sebuah produk makanan. Selanjutnya, cita rasa menjadi simbol rasa yang paling mudah diingat konsumen yang dinilai dari penampilan dan kebersihan penyajian, rasa makanan, aroma, tekstur yang menjadi pokok penilaian konsumen terhadap satu produk makanan yang dibeli konsumen. Dengan adanya cita rasa yang memuaskan yang dirasakan seorang konsumen, maka bisa menghasilkan suatu nilai lebih terhadap kepuasan konsumen terhadap makanan tersebut. Hal ini yang menjadi salah satu alasan utama konsumen untuk memutuskan kembali atau tidaknya membeli produk makanan tersebut.

Persaingan bisnis makanan semakin ketat di Indonesia sehingga pelaku usaha berlomba-lomba menciptakan kreasi makanan yang menarik daya beli konsumen. Dan tentunya setiap pelaku usaha akan menciptakan inovasi agar produk makanan mereka tetap menjadi favorit dikalangan masyarakat. Salah satu bisnis makanan yang banyak diminati pelaku usaha adalah penjualan produk makanan donat dan minuman olahan kopi. Setiap perusahaan atau pelaku usaha dituntut harus bisa bersaing untuk tetap mempertahankan keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produk makanan yang mereka miliki. Dan saat ini penjualan donat sudah banyak dikreasikan, misalnya dengan

warna-warna yang unik, berbagai pilihan rasa yang ditawarkan, dan teknik campuran olahan donat lainnya.

Salah satu perusahaan yang cukup besar dan bergerak dibidang penjualan donat dan kopi serta memiliki banyak gerai cabang dibeberapa kota di Indonesia bahkan diluar negri adalah J.CO Donuts and Coffee. Perusahaan ini didirikan oleh Johny Andrean Group pada tahun 2005 dan bergerak dibidang penjualan makanan donat dan kopi. Johny Andrean terinspirasi dari donat yang ada di salah satu restoran di Amerika Serikat. Pada awalnya, Johny Andrean tidak berniat untuk memiliki dan mengelola sebuah restoran donat melainkan hanya berniat untuk membeli *franchise* donat yang ada di Amerika Serikat. Namun, ia mengurungkan niatnya, karena Johny Andrean melihat ada beberapa kelemahan dari produk makanan tersebut. Dan pada akhirnya Johny memutuskan untuk memilih untuk membuat donat sendiri dengan olahan yang di ciptakan dengan racikan sendiri oleh Jhony Andrean, yang di mana Jhony Andrean lebih memfokuskan kualitas bahan dasar pembuatan donat yang ia produksi. Dan saat ini perkembangan J.CO bisa dibilang sangat pesat dan sudah memiliki 24 gerai di dalam Indonesia dan 2 gerai yang berada diluar negri. Selain itu, perusahaan yang dikelola Jhony ini menjadi salah satu perusahaan yang menjadi leader di industri makanan di Indonesia. Sebagai salah satu *brand* toko donat dan kopi yang cukup terkenal di Indonesia khususnya di Kota Yogyakarta dan terdapat beberapa gerai, pihak J.CO Donuts and Coffee selalu berusaha mempertahankan kualitas produk yang mereka jual kepada konsumen dalam penjualan produknya.

Pihak J.CO Donuts and Coffee menjual produk yang *fresh* dan produk yang dijual J.CO Donuts and Coffee disajikan dengan tempat yang higienis dan bersih.

Pelayan yang ada di setiap gerai J.CO Donuts and Coffee selalu berpakaian rapi dan bersih, J.CO Donuts and Coffee juga selalu menjaga kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan pelayanan kepada setiap konsumen. Hal itu dibuktikan dengan pelayanan pegawai J.CO Donuts and Coffee yang melayani konsumen dengan cepat, sigap, responsif, tepat dan ramah. Selain penampilan dan pelayanan, pihak J.CO Donuts and Coffee memberikan fasilitas tempat ruang makan untuk konsumen yang ingin makan dan minum di tempat yang disediakan pihak J.CO Donuts and Coffee dengan tempat yang nyaman, fasilitas internet *Wifi* area hal ini dilakukan untuk menambah kepuasan konsumen terhadap J.CO Donuts and Coffee.

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Apakah Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta?
- b. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen J.CO and Coffee di Kota Yogyakarta?
- c. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta?

### 1.3 Variabel Penelitian

Variabel yang dipilih dalam penelitian

No	Variabel
X1	Kualitas Pelayanan
X2	Persepsi Harga
X3	Kualitas Produk
Y	Kepuasan Konsumen

Variabel-variabel diatas akan menjadi komponen penting yang menjadi bahan penelitian untuk melihat apakah kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini, yaitu:

- Untuk melihat bagaimana tanggapan konsumen atas kualitas pelayanan yang diberikan J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta
- Untuk melihat bagaimana persepsi konsumen terhadap harga yang ditetapkan J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta
- Untuk melihat bagaimana penilaian konsumen selama mengkonsumsi produk J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta

## 1.5 Manfaat Penelitian

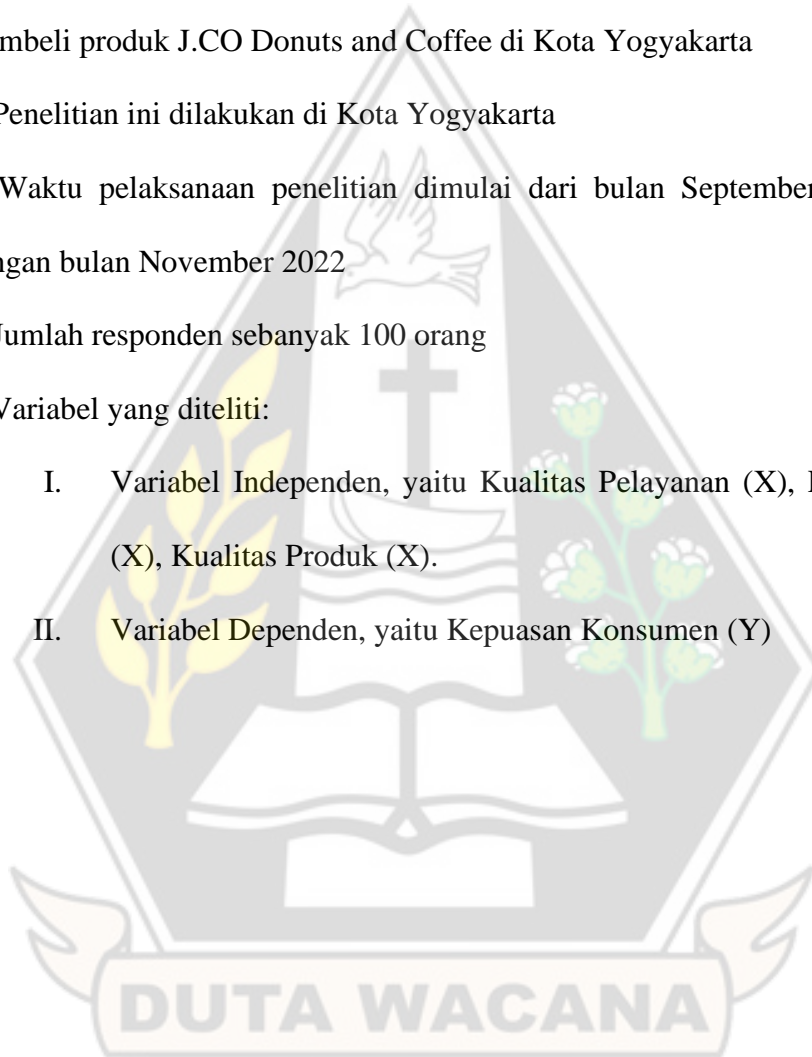
Penulis melakukan penelitian ini agar dapat membantu pembaca dalam menganalisis tentang penelitian ini. Penulis juga berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penulis berharap riset ini dapat menjadi sumbangan penelitian baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan, dengan adanya hasil dari penelitian ini bisa membantu perusahaan dalam menganalisis perusahaan mereka melalui pembahasan variabel yang dilakukan penulis baik dari segi kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk yang diterapkan J.CO Donuts and Coffee. Penelitian ini juga bisa dimanfaatkan perusahaan untuk melihat bagaimana respon dari konsumen terhadap ketiga variabel yang diteliti penulis sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi atau pembaharuan dalam meningkatkan kepuasan konsumen J.CO Donuts and Coffee.
- b. Bagi Penulis, Penulis berharap hasil dari penelitian ini bisa berguna dan bermanfaat bagi perusahaan dan pembaca untuk melihat bagaimana kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan konsumen pada perusahaan J.CO Donuts and Coffee.
- c. Bagi pembaca, dengan adanya hasil penelitian ini dengan menggunakan variabel yang digunakan bisa menjadi alasan untuk konsumen untuk mengambil sebuah penilaian terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan J.CO Donuts and Coffee.

## 1.6 Batasan Penelitian

Untuk memudahkan penelitian ini, penulis melakukan batas-batasan permasalahan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan responden yaitu konsumen yang sudah pernah membeli produk J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta
- b. Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta
- c. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan September 2022 sampai dengan bulan November 2022
- d. Jumlah responden sebanyak 100 orang
- e. Variabel yang diteliti:
  - I. Variabel Independen, yaitu Kualitas Pelayanan (X), Persepsi Harga (X), Kualitas Produk (X).
  - II. Variabel Dependen, yaitu Kepuasan Konsumen (Y)





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta dengan menggunakan pengujian sampel sebanyak 100 responden, dimana responden dalam penelitian ini adalah konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta. Dari 100 orang responden yang telah berpartisipasi mengisi kusioner penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

##### **5.1.1 Hasil Analisis Dekskriptif Profil Responden**

Dari hasil analisis deksriptif dari data kusioner respondend, maka didapat kesimpulan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21-25 tahun. Sebagian besar pekerjaan responden dalam penelitian ini di dominasi mahasiswa, responden dalam penelitian ini juga didominasi memiliki pengeluaran perbulan sebesar Rp.1.000.000-Rp.3.500.000.

### **5.1.2 Hasil Analisis Regresi Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk mempengaruhi sebesar 69,6% dan sisanya 30,4% (100% - 69,9%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

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

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dibahas dalam Bab IV, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta karena nilai probabilitasnya adalah 0.000.

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

Dari hasil analisis uji t dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen J.CO Donuts and Coffee di Kota Yogyakarta, tetapi pada nilai t hitung Kualitas Produk lebih tinggi dari Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga. Hal ini membuktikan bahwa seorang konsumen yang membeli produk J.CO Donuts and Coffee puas dengan kualitas yang dimiliki J.CO Donuts and Coffee. Dari penilaian hasil kuesioner konsumen merasa puas dengan Kualitas Produk yang dijual

J.CO Donuts and Coffee dengan harga yang sesuai serta Kualitas Pelayanan yang baik dengan begini konsumen akan merasa puas .

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan kesimpulan diatas, penulis akan memberikan beberapa saran sebagai berikut baik bagi Pihak J.CO Donuts and Coffee dan Peneliti selanjutnya. Penulis berharap saran-saran yang disampaikan penulis kiranya bermanfaat kepada pihak-pihak terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini, penulis berharap kepada Pihak J.CO Donuts and Coffee Kota Yogyakarta supaya tetap meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk dan pelayanan agar konsumen tetap puas dan setia untuk membeli produk J.CO Donuts and Coffee . Penulis juga berharap pihak J.CO Donuts and Coffee bisa melakukan Inovasi dan perbaikan baik dari segi Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga yang lebih sesuai. Hal ini diharapkan dilakukan guna mempertahankan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap J.CO Donuts and Coffee.
2. Kepada Peneliti selanjutnya yang akan membahas J.CO Donuts and Coffee di Yogyakarta, hasil penelitian ini bisa dijadikan refrensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dan penelitian ini bisa diteliti lagi dengan versi yang berbeda atau dengan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, dan Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit: ANDI OFFSET. Yogyakarta
- Arikunto, S. (2006 :130). *Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Astuti, Felinda Frika, dkk. 2019. “Pengaruh Variasi Menu Dan Cita Rasa, Persepsi. Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso”. *Manajemen Dewantara*, 3(1), 151-160.
- Dinawan. 2010. *Kualitas Produk : Alat Strategi Yang Penting, Free Press.PT.Raja Grafindo Persada*. Jakarta.
- Djaslim Saladin, 2003. *Intisari Pemasaran*. Penerbit Linda Karya, Bandung. Erlangga: Jakarta.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal*
- Fandy Tjiptono. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi III*. Yogyakarta : CV. Andi Offse
- Ghozali, I. (2018). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS” Edisi
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.
- Hardandy, Alayka dan Sri Rahayu Tri Astuti. 2015. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Revo FIT FI (studi pada Astra Motor Ngaliyan)”. *Diponegoro Journal of*
- Hariyanti, A. D. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Perlengkapan Kunci Di Pt Kenari Djaja Prima Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 10(1), 47-87.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Ibrahim Buddy (2001) & 2000: 3,5,6 TQM (Total Quality Management): *Panduan Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo
- Irawan (2015) *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Elex Media Komputindo*, Jakarta.
- J. Supratno (2001):285 *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen 2nd. ed.* 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Kristanto (2018) *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya, Vol.1*, Ed Revisi, Yogyakarta
- Kristanto (2018) *Perancangan Sistem Informasi Dan Aplikasinya, Vol.1*, Ed Revisi, Yogyakarta
- Latifa Khairani. (2019). “*Pengaruh Kualitas Produk & Harga J.CO DONUT & COFFEE terhadap Keputusan Konsumen di WTC Kota Jambi*”  
*Management*. Volume : 4, nomor : 1 halaman : 1-9
- Melyani (2016) *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Distriversa Buana*
- Setyarko, Y. (2016). Analisis persepsi harga, promosi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian produk secara online. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 5(2), 128-147.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen best autoworks. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755-764.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto* Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono (2019) . *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV

*Wawasan Manajemen, 17-32.*

Widiana, Muslichah Erma dan Bonar Sinaga, *Dasar-dasar Pemasaran*, Bandung: Karya Putra Darwati, 2010.

Yamit, Zulian. 2017. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Penerbit: Ekonisia. Yogyakarta.

Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia Philip Kotler & Kevin Lane Kaller. 2008. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.

