

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE DI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Di Susun Oleh :  
REINHARD ISAAK AJOMI  
11160044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

**2023**

# **HALAMAN PENGAJUAN**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Manajemen**



**DISUSUN OLEH:**  
**REINHARD ISAAK AJOMI**

**11160044**

**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 : REINHARD ISAAK AJOMI  
NIM : 11160044  
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, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA 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.

Yogyakarta, 21 Januari 2024

Yang menyatakan



REINHARD ISAAK AJOMI

11160044

**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**REINHARD ISAAK AJOMI**

**11160044**

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 15 Agustus 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM  
(Ketua Tim/ Dosen penguji)

2. Dra. Ety Istriani, MM  
(Dosen Penguji)

3. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Dosen Pembimbing/ Dosen Penguji)

Yogyakarta,.....Agustus 2023

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, SE.,M.Si

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph. D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :  
**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYAN, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE DI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagai syarat-syarat untuk menjadi sarjan pada program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari di dapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 02/08/2023



REINHARD ISAAK AJOMI

11160044

DUTA WACANA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan anugerah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”.**

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan rintangan yang dialami oleh penulis karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran/kritik yang membangun untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penulisan dan berguna untuk meningkatkan mutu dan kualitas skripsi untuk masa yang akan datang.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Jonathan Herdioko, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang sudah menyediakan tenaga dan pikiran dalam membantu proses penyusunan skripsi.
2. Bapak Pdt. Julianus Johan Ajomi S.T. yang telah memberikan dorongan dan semangat dalam penulisan skripsi ini
3. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan
4. dukungan material dan moral
5. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yesus berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Komponen dan Tautan .....	4
1.3 Rumusan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Kontribusi Penelitian.....	5
1.6 Batasan Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1. Teori Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2. Kualitas Produk.....	9
2.1.3. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.4. Persepsi Harga .....	13
2.1.5. Kepuasan Konsumen.....	14
2.2 Peneliti Terdahulu.....	16
2.3 Deskripsi Hipotesis .....	19
2.3.1. Hubungan Antara Variabel Dan Hipotesis .....	19
2.3.2. Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1. Data Dan Sumber .....	23
3.1.1. Jenis Penelitian.....	23
3.1.2. Sumber Data.....	24
3.1.3. Populasi Dan Sampel.....	25
3.1.4. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	26
3.1.5. Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.1.6. Metode Penyampelan.....	26
3.2. Defenisi Variabel Dan Pengukuran .....	27

3.2.1.	Defenisi Variabel .....	27
3.2.2.	Pengukuran Variabel .....	29
3.3.	Metode Analisi Data.....	25
3.3.1.	Validitas .....	30
3.3.2.	Reliabilitas .....	31
3.4.	Model Statitis Dan Uji Hipotesis.....	32
3.4.1	Model Statistis.....	32
3.4.2	Uji Hipotesis.....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
4.1	Uji Instrumen .....	36
4.1.1.	Uji Validitas.....	37
4.1.2.	Reliabel.....	37
4.2	Profil Responden Penelitian.....	40
4.2.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.2.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	41
4.2.3.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
4.2.4.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan.....	43
4.2.5.	Profil Responden Berdasarkan Skala Pembelian .....	44
4.3	Pengujian Hipotesis .....	45
4.3.1	Uji Regresi Linear Berganda .....	45
4.3.2	Uji Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	47
4.3.3	Uji simultan (F test) .....	48
4.3.4	Uji Parsial (t test) .....	48
4.4	Pembahasan.....	50
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	50
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	51
4.4.3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta.....	52
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>53</b>
5.1.	Kesimpulan .....	53
5.1.1.	Hasil Analisis Deskriptif Profil Responden .....	53
5.1.2.	Hasil Analisis Regresi Berganda.....	53
5.1.3.	Hasil Analisis Koefisien Determasi ( $R^2$ ) .....	54
5.1.4.	Hasil Analisis Uji F .....	54
5.1.5.	Hasil Analisis Uji t .....	54
5.2.	Keterbatasan Penelitian Dan Saran.....	56
5.2.1	Keterbatasan Penelitian .....	56
5.2.2	Saran Bagi Perusahaan .....	56
5.2.3	Saran Peneliti Selanjutnya .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>	
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Peneliti Terdahulu .....	16
Tabel 3.2.1 Defenisi Variabel.....	27
Tabel 4.1.1 Uji Validitas .....	37
Tabel 4.1.2 Hasil reliabel kualitas produk( $X_1$ ) .....	38
Tabel 4.1.3 Hasil reliabel kualitas pelayanan( $X_2$ ) .....	38
Tabel 4.1.4 Hasil reliabel kualitas produk( $X_3$ ) .....	39
Tabel 4.1.5 Hasil reliabel kepuasan konsumen( $Y$ ) .....	39
Tabel 4.2.1 Profil responden berdasarkan jenis kelamin .....	40
Tabel 4.2.2 Profil responden berdasarkan usia.....	41
Tabel 4.2.3 Perkerjaan .....	42
Tabel 4.2.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per bulan .....	43
Tabel 4.2.5 Profil Responden Berdasarkan Skala Pembelian .....	44
Tabel 4.3.1. Uji Analisa Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.3.2. Uji koefisien determasi( $R^2$ ).....	47
Tabel 4.3.3 Uji F .....	48
Tabel 4.3.4 Uji t.....	48

DUTA WACANA

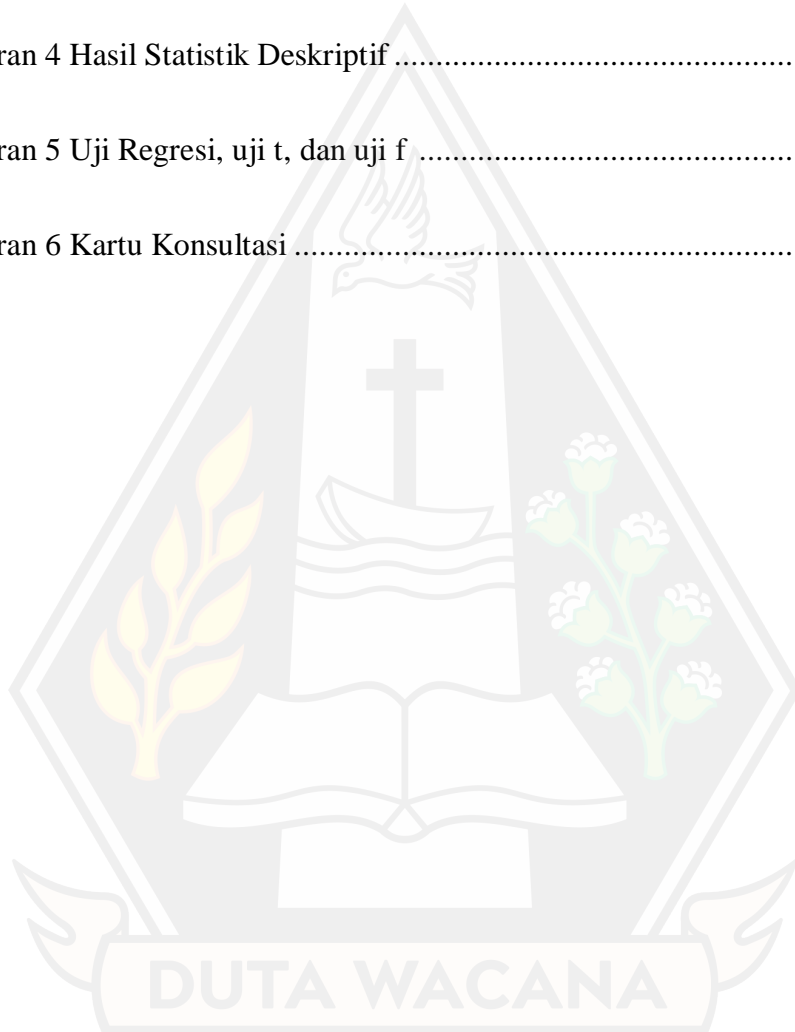
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3.2 Kerangka Konseptual.....	22
---------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	54
Lampiran 2 Rekap Data Responden .....	57
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen .....	63
Lampiran 4 Hasil Statistik Deskriptif .....	70
Lampiran 5 Uji Regresi, uji t, dan uji f .....	73
Lampiran 6 Kartu Konsultasi .....	75



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**Reinhard Isaak Ajomi**

**11160044**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**[11160044@students.ukdw.ac.id](mailto:11160044@students.ukdw.ac.id)**

***ABSTRAK***

Penelitian ini di buat untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mixue Di Daerah Istimewa Yogyakarta. Responden penelitian ini ialah konsumen yang sudah pernah membeli produk Mixue. Jumlah responden yang terkumpul pada penelitian ini sebanyak 100 orang dengan metode *probability sampling*.

Pengumpulan data melalui penyebaran *kuesioner* pada *google form*. Hasil uji instrumen pada *spss 21* menunjukkan hasil yang validitas dan reliabilitas. Hasil analisis regresi linear berganda, dan uji model (uji-f dan uji-t) menggunakan *spss 21* menunjukkan bahwa variabel *independent* bernilai positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* artinya kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN MIXUE DI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

**Reinhard Isaak Ajomi**

**11160044**

**Study Program Management Faculty of Business**

**University Christian Duta Wacana Christian**

**[11160044@students.ukdw.ac.id](mailto:11160044@students.ukdw.ac.id)**

***ABSTRACT***

This research was made to determine the effect of product quality, service quality, and price perceptions on Mixue customer satisfaction in the Special Region of Yogyakarta. Respondents in this study were consumers who had purchased Mixue products. The number of respondents collected in this study were 100 people using the *purpose sampling* method.

Data collection through the distribution of questionnaires on the *google form*. The results of the instrument test on *SPSS 21* showed validity and reliability. The results of multiple linear regression analysis, and model tests (f-test and t-test) using *SPSS 21* show that the *independent variable* has a positive and significant value to the *dependent variable*, meaning product quality, service quality, and price perceptions have an influence on consumer satisfaction.

*Keywords: product quality, service quality, price perception, and consumer satisfaction.*

## **BAB I**

### **Pendahuluan**

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

Peningkatan jumlah industri kuliner masa kini, telah berkembang begitu cepat. Kemudian persaingan tidak hanya di Kanca nasional tapi juga bisnis juga telah masuk dalam era globalisasi membuat persaingan yang ketat. Hal ini mengakibatkan kompetisi barang dan jasa tidak sedikit jumlahnya, akhirnya pengguna mendapatkan alternatif semakin banyak dalam memilih akan produk yang dibutuhkan.

Kemudian untuk mempertahankan barang dan jasa tetap di berada pasar, perusahaan berusaha terus menerus memuaskan konsumen guna memperoleh pembelian barang secara berkala. Mixue adalah minuman yang lagi musim pada kalangan *millenial*. Produk Mixue berupa es krim dan minuman yang di berikan campuran topiing tapioka atau biasa di sebut boba.

Menu Boba-Sundae yang di tawarkan selain itu, Mixue memberikan menu lainnya seperti *Milk shakes* dan *ice cream*, kemudian produk yang di miliki berkualitas dan harga yang terjangkau untuk kaum muda, setiap harga produk mixue di bawah Rp.30.000. (Yiswi Vidya & Sri Vandayuli 2023, vol 12. hlm. 499).

Perkembangan Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta telah melakukan penjualan tidak hanya *offline* tetapi juga melalui *online store* yang terdapat pada platform e-commerce seperti shoope food, go food, dan grab food yang memberikan diskon 20% dengan minimal

belanja Rp. 30.000 sedangkan kompetitor sejenis memberikan diskon yang lebih besar 50% dengan minimal belanja Rp. 30.000. (Alfansia & Daniel, 2022, vol.3, hlm.188 )

Mixue merupakan bisnis kuliner yang bergerak di bidang minuman tea dan *ice cream*, mengalami persaingan ketat dalam memasuki pangsa pasar di Yogyakarta, di akibatkan dengan adanya kompetitor sejenis yang telah dulu hadir di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kompetitor sejenis yang telah lebih dulu hadir ialah kopi kenangan, cha time, kamsia boba, boba bear, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu, bisnis kuliner saat ini berusaha mendapatkan keunggulan melalui pemberian mutu barang atau jasa yang ditawarkan dengan baik. maka ini hampir sama dengan peneliti terdahulu (Almira, Hariyanto, dan Heni, 2020:501) hasil penelitian yang di dapatkan bahwa kualitas produk, pelayan, & citra merek memperlihatkan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen Thai Tea Hop-hop.

Kemudian Persepsi harga yang diharapkan dengan membeli sesuatu produk yang lagi trending dipadang akan mendapatkan potongan harga yang banyak, sehingga konsumen dapat melakukan pembelian terus menerus. Hal ini di dukung dengan Irawan (2008) mengatakan mutu pelayanan dan persepsi harga memiliki hubungan dalam mendorong tingkat kepuasan dalam produk dan jasa. (David, William, & Rotinsulu, 2022, vol. 10, hlm. 69)

Menurut Kotler dan Keller, pemasaran yaitu kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpuaskan. (H. Muhammad Yusuf & Miah Said, 2019, hlm. 2). Konsumen yang puas umumnya akan memakai produk terus-menerus dan

menyebarkan cerita yang positif dari lisan ke verbal kemudian merekomendasi produk tersebut kepada keluarga dan orang terdekat lainnya.

Mixue sudah membuka lebih dari 19 gerai di Daerah Istimewa Yogyakarta. Produk yang ditawarkan Mixue berupa varian es krim dan minuman teh yang disajikan dengan tambahan topping boba, kemudian dijual dengan harga yang cukup terjangkau untuk berbagai kalangan. Kemudian berdasarkan pernyataan yang dimuat dalam website resmi Mixue, peneliti menemukan bahwa biaya dalam membuka gerai baru berkisar 300 jutaan, sudah termasuk biaya operasional dan lain sebagainya. (<https://www.mixue.co/>. Diakses pada 12 Maret.2023)

Dengan fenomena yang terjadi saat ini adalah perkembangan Mixue yang begitu cepat di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti melihat setelah 2 tahun pasca *covid-19*, banyak bisnis kuliner yang sejenis tidak menerima *income* yang baik sehingga menutup beberapa gerai mereka. Akan tetapi Mixue membuka banyak gerai dan mampu bertahan dari dampak pandemi, kemudian telah berhasil bersaing dipasar dengan usaha kuliner yang sudah muncul terlebih dahulu.

Dengan fenomena Mixue membuka banyak gerai, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait kepuasan konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jadi bagaimana kepuasan pelanggan dapat terpenuhi melalui mutu produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga.



## **1.2. Komponen Dan Tautan**

Dengan latar belakang fenomena Mixue yang sudah di jelaskan, peneliti merancang bentuk variabel yang di gunakan sebagai berikut :

- a) Variabel Dependen (Terikat), yaitu: Kepuasan Konsumen
- b) Variabel Independen (Bebas), yaitu: Kualitas Produk(X1), Kualitas Pelayanan(X2), Dan Persepsi Harga(X3). Dengan hipotesis peneliti bahwa dengan memberikan kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga yang sesuai atau melebihi ekspektasi konsumen akan dapat mencapai kepuasan konsumen sehingga produk yang pasarkan dapat dibeli atau digunakan secara terus-menerus.

## **1.3. Rumusan Masalah**

- a) Apakah produk berkualitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta.?
- b) Apakah kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.?
- c) Apakah persepsi harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta.?

## **1.4. Tujuan Penelitian**

- a) Peneliti menganalisis pengaruh produk berkualitas terhadap terpuasnya konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta
- b) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap memuasannya konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta
- c) Untuk melihat pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta

### **1.5. Kontribusi Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka kegunaan yang diberikan dari penelitian ini sebagai berikut :

a) Akademik

Hasil riset ini bisa di pakai sebagai acuan peneliti lainnya buat melakukan penelitian selanjutnya dan juga diharapkan dapat memperluas pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran.

b) Penulis

Manfaat untuk peneliti agar meningkatkan pengetahuan teoritis dan mendapatkan informasi guna untuk menyelesaikan studi akhir.

c) Perusahaan

Hasil Penelitian bisa di pergunakan oleh perusahaan Mixue untuk menjadi sumber informasi dan sebagai bahan pertimbangan yang berguna untuk meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih baik.

### **1.6. Batasan Penelitian**

Peneliti melakukan pembatasan penelitian menjadi berikut :

a) Lokasi berada di Daerah Istimewa Yogyakarta.

b) Responden yang dipergunakan yaitu konsumen yang sudah melakukan pembelian produk Mixue.

c) Jumlah responden yang di pakai 100 masyarakat atau konsumen yang telah berkunjung atau melakukan pembelian produk Mixue.

d) Profil responden meliputi Usia, Perkerjaan, dan pendapatan. sebagai berikut:

i. Usia :

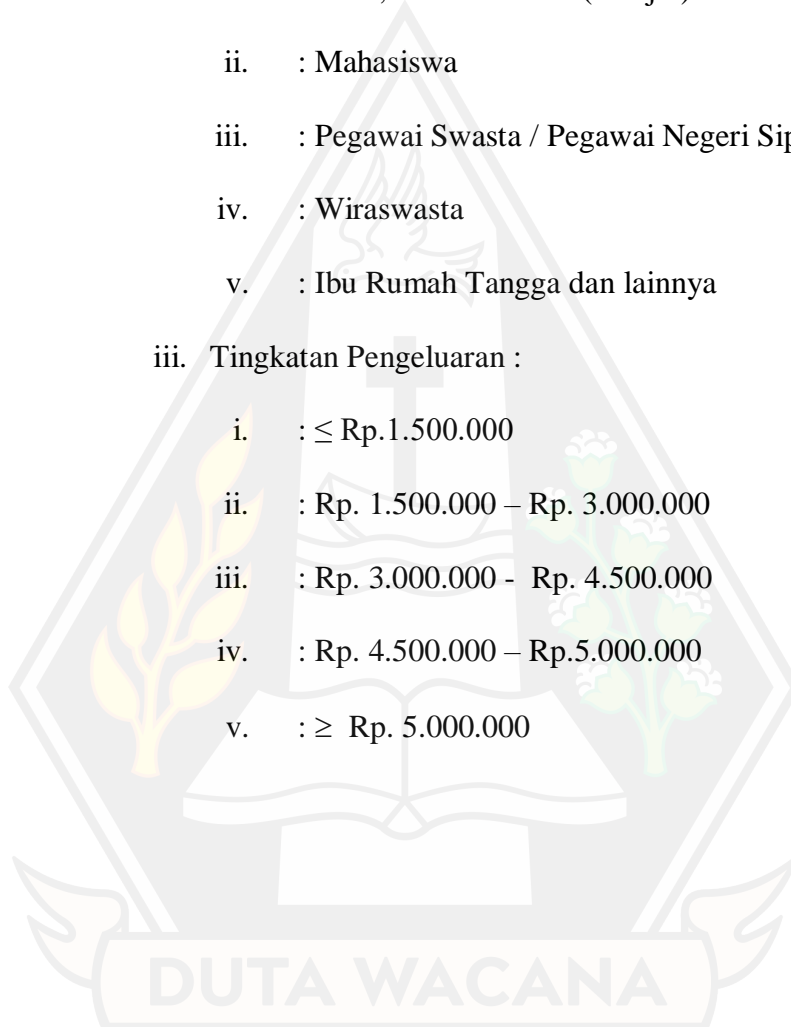
- i. :  $\leq 17-20$
- ii. : 21-24
- iii. : 25-28
- iv. : 29-32
- v. :  $\geq 32$

ii. Pekerjaan :

- i. : SMP, SMA & SMK (Pelajar)
- ii. : Mahasiswa
- iii. : Pegawai Swasta / Pegawai Negeri Sipil (PNS)
- iv. : Wiraswasta
- v. : Ibu Rumah Tangga dan lainnya

iii. Tingkatan Pengeluaran :

- i. :  $\leq \text{Rp.}1.500.000$
- ii. :  $\text{Rp.} 1.500.000 - \text{Rp.} 3.000.000$
- iii. :  $\text{Rp.} 3.000.000 - \text{Rp.} 4.500.000$
- iv. :  $\text{Rp.} 4.500.000 - \text{Rp.}5.000.000$
- v. :  $\geq \text{Rp.} 5.000.000$



## **BAB II**

### **Tinjauan Pustaka**

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan seperti berikut :

##### 5.1.1. Deskriptif Profil Responden

- a. Mayoritas responden pada data peneliti adalah bergender pria berjumlah 53 orang dan persennanya sebanyak 53% .
- b. Usia 21 sampai 24 tahun paling dominan pada penelitian ini dengan jumlah terbanyak 38 konsumen atau 38%.
- c. Mayoritas pekerjaan responden pada penelitian ini ialah mahasiswa dengan jumlah 45 respon kemudian atau persentase 45%.
- d. Pengeluaran per bulan responden kebanyakan berada pada Rp.1.500.000 kebawah dengan jumlahnya 42 responden atau persentase 42%.
- e. Pembelian produk Mixue oleh responden paling banyak ialah 1 kali perbulan dengan jumlah 39orang atau persentase 39%.

##### 5.1.1. Hasil Regresi Berganda

Pada analisa regresi linear membuktikan adanya hubungan positif atau memiliki hubungan sejalan di antara variabel independent terhadap variabel dependent. Sehingga alhasil nilai koefisien  $X_1 = 0,186$ , nilai  $X_2 = 0,241$  dan nilai  $X_3 = 0,296$ . kemudian artinya makin membaik variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga sama dengan meningkatkan kepuasan konsumen.

#### **5.1.4 Kesimpulan Koefisiensi Determasi ( $R^2$ )**

Berdasarkan hasil analisis pada koefisien determasi ( $R^2$ ) sebesar 0,745 dapat di simpulkan bahwa semua variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini memberi pengaruh padda variaberl terikat kepuasan konsumen mixue sebesar 74,5% , dan dampak sisa 25,5% lainnya diberikan dari variabel yang tidak di teliti didalam sini.

#### **5.1.5 Kesimpul Analisis Uji F**

Berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa nilai probabilitas  $<0,05$  dapat di katakan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan hasil tersebut membuktikan bahwa variabel kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), Persepsi Harga(X3) secara simultan mempengaruhi signifikan terhadap variabel Y =kepuasan konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **5.1.6 Hasil Analisis Uji t**

a) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut peneliti dari hasil uji t penelitian ini memperlihatkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka mengacu pada hipotesis 1 peneliti bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen telah terbukti. Sehingga peneliti berharap perusahaan Mixue terus mengembangkan varian produk yang unik atau kreatif sehingga pengalaman konsumen dapat meningkat dan kepuasan konsumen dapat terus meningkat.

- b) Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor pendukung dalam mewujudkan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga pelayanan yang baik dan di rasakan konsumen akan memberikan rasa nyaman atau puasa jika berkunjung untuk melakukan pembelian secara berkala. Maka mengacu pada hipotesis ke 2 peneliti mengenai kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif telah terbukti adanya pengaruh, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga kualitas pelayanan yang baik pada Mixue saat ini harus konsisten dijaga agar pengalaman konsumen yang merasa puas bisa terus menjadi daya dorong agar konsumen melakukan pembelian terus-menerus.
- c) Persepsi harga menjadi daya dorong Mixue dalam memberi kepuasan konsumen dengan memberi harga yang dapat terjangkau dan kesesuaian harga dengan kualitas yang akan di dapat. Maka pada hipotesis ke 3 bahwa persepsi harga memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Mixue. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan nilai  $0,000 < 0,05$ . Artinya dengan pemberian persepsi harga yang tepat kepada konsumen dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana hal ini akan membuat konsumen melakukan pembelian terus menerus produk dan membantu menyebarkan kepada kerabat atau teman karena harga produk yang terjangkau dan berkualitas.

## 5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian memberikan hasil yang bisa dipakai sebagai titik acuan periset selanjutnya, oleh karena itu peneliti memberikan kekuarangan yang didapatkan dan saran kepada perusahaan sebagai berikut:

### 5.2.1 Keterbatasan Penelitian

- a. Hasil kepuasan konsumen yang ada pada penelitian ini belum sepenuhnya sempurna karena masih terbatas pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Maka ada kemungkinan variabel diluar dari pada penelitian yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Mixue di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Peneliti tidak dapat mengetahui responden menjawab dengan penuh kejujuran, di karenakan *kuesioner* yang di sebar menggunakan *google form*.
- c. Pada *kuesioner* yang disebarkan, jumlah responde yang digunakan hanya 100 responden dan lebih dominan ke pria dan mahasiswa. Tentunya masih belum sepenuhnya menggambarkan keadaan sesungguhnya.

### 5.2.2 Saran Bagi Perusahaan

- a. Kualitas produk berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen Mixue sehingga hal ini, peneliti memberi saran kepada perusahaan Mixue tetap konsisten menjaga kualitas produk atau meningkatkan kualitas produk melalui varian rasa baru misalnya rasa durian pada salah satu produk yang di sajikan pada pelanggan.

Agar pembeli tetap merasa puas dan menggunakan brand atau jasa secara terus menerus melalui kualitas produk yang di berikan.

- b. Kualitas pelayanan berpengaruh signif terhadap kepuasan konsumen Mixue. Sehingga peneliti memberi saran kepada perusahaan wajib tetap mempertahankan mutu pelayanan yang sudah di pandang sangat baik oleh konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga pembeli selalu merasa puas.
- c. Persepsi harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap memuasnya konsumen Mixue. Sehingga peneliti memberi saran kepada perusahaan harus tetap memperhatikan persepsi harga dengan baik agar perusahaan tidak keliru dalam memberikan harga pada produk baru atau harga yang memiliki keterjangkauan agar konsumen selalu merasa puas.

### **5.2.3 Saran Peneliti Selanjutnya**

- a. Masukan kepada periset selanjutnya agar meluaskan variabel yang di teliti supaya dapat menganalisis faktor lain yang memberi rasa puas pembeli Mixue. Misalnya menggunakan variabel atmosfer gerai atau menggunakan variabel promosi.
- b. Peneliti memberi saran kepada peneliti selanjutnya untuk memperhatikan interval pengeluaran atau penghasilan agar responden tidak ambigu dalam mengisi kuesioner.
- c. Kepada peneliti selanjutnya harap memperhatikan pertanyaan pada kuesioner sehingga point pertanyaan tidak salah persepsi dari responden atau ambigu.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107. Maret 2023. <https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/altijarah/article/view/5612>
- Anggreani, Y. V. P., & Riorini, S. V. (2023, Januari 1). Pengaruh kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)*, 12(1), 498-513. Februari 2023. <https://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/issue/view/251>
- Carundeng, F., & Raintung, M. C. (2022, Januari 1). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Minuman Boba Terserah Di Kota Mobagu Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 1644-1652. Februari 2023. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/39469>
- Febrida, A., Ridwan, H., & Nastiti, H. (2020, November). Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Thai Tea Pada Generasi Millennial. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 500-513). <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/889>
- Fitriana, A. N., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Atmosfer Caffe Dan Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai Kami Ngaliyan, Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 465-482. doi:<https://doi.org/10.37531/mirai.v7i2.2220>
- Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil .2019(Diakses pada 12 maret, 2023) pada <https://dindikcapil.jogjakota.go.id/download/index/data-agregat>
- Fiani, S. (2012). Margaretha dan Edwin Japariato. Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1-6.

Ghozali, H. I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Spss 25 (9 ed.). Semarang: Undip. April 2023

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press. Maret 2023

Ismail, A. P., Pandung, K. B., & Tapparan, S. R. (2021, Desember 28). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Wai Teman Minum Kamu Di Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 2(2), 173-190.2(2), doi:<https://doi.org/10.47178/jesit.v2i2.1441>

Kamil, T. (2021, Desember 28). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen(Studi Kasus Beta Boba). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Terapan (JESIT)*, 2(2). doi:<https://doi.org/10.47178/jesit.v2i2.1441>

Patty, A. D., & Kairupan, D. J. (2022, Desember 3). Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi Online, Pengalaman Konsumen, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Mixue Yogyakarta (*Doctoral dissertation, STIE YKPN*). 35(3), 187-196. . Februari 2023, dari <http://jam.stieykpn.ac.id/index.php/jam/article/view/71>

Pelelu, D. R., Tumbuan, W. J., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 68-77.Februari 2023. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37534>

Philip, K., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran (12 ed.). (PT.Indeks, Trans) .Februari 2023

Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022, September 10). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Kopi Kenangan Kota Kasabalanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26-39. doi:<https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>

Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies (Vol. 1). *Sah Media..* Makasar: Sah Media. Di ambil Mei 2023

Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Manajemen (5 ed.). Bandung: Alfabeta. April 2023

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (3 ed.). Bandung: Alfabeta.

Syafriliani, N., Wulandari, S., & Harahap, M. G. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Javana Di Oke Swalayan Tg. Morawa. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 2(1), 173-184. Di ambil Maret 2023, from <https://jurnal-lp2m.umnaw.ac.id/index.php/jimk/article/view/1457>

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

