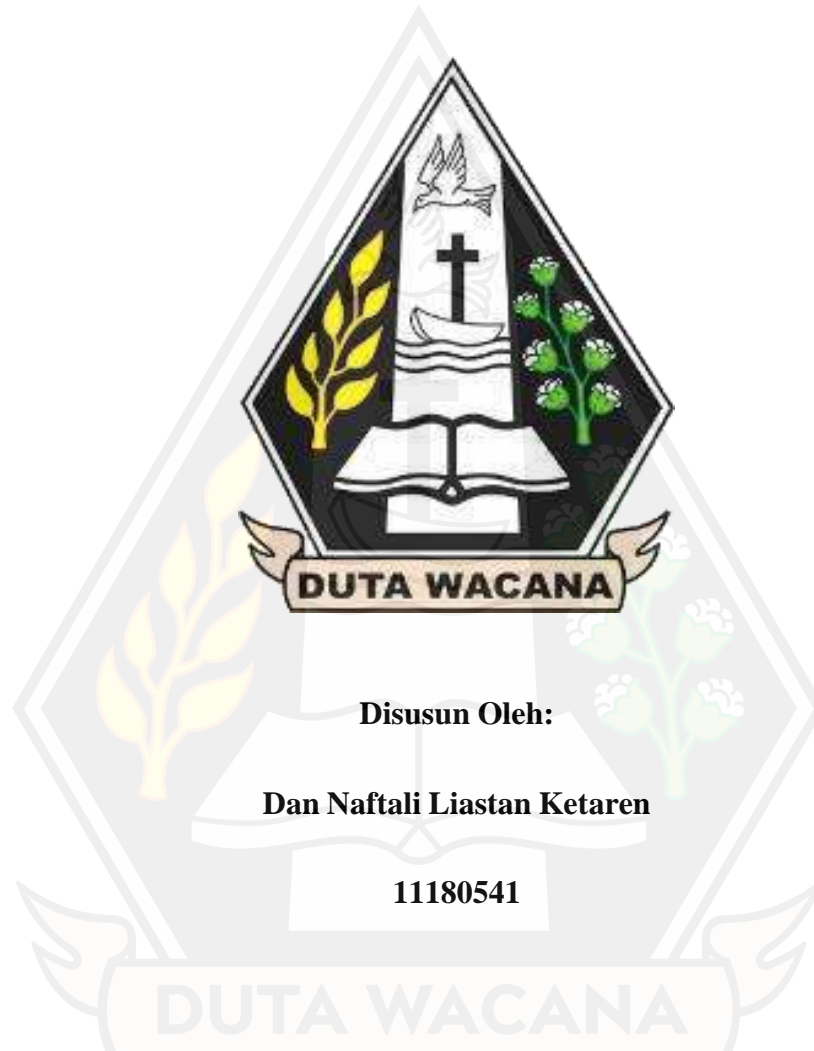


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE**

**YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Dan Naftali Liastan Ketaren**

**11180541**

**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 Sebagai Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Dan Naftali Liastan Ketaren

11180541

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**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 : Dan Naftali Liasta Ketaren  
NIM : 11180541  
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, KUALITAS PRODUK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE  
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 : 03 Juli 2023

Yang menyatakan



(Dan Naftali Liasta Ketaren)  
NIM. 11180541

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE YOGYAKARTA"**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

**DAN NAFTALI LIASTA KETAREN**

**11180541**

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 20 Juni 2023

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Jonathan Herdioko, SE., MM

(Ketua Tim/Dosen Pembimbing)

2. Dra. Ety Istriani, MM

(Dosen Penguji)

3. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd.,MM

(Dosen Penguji)



**Yogyakarta, 27 Juni 2023**


Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



  
Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si

  
Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul sebagai berikut

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE YOGYAKARTA**

Yang saya teliti dan kerjakan 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 karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

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

Yogyakarta, 25 Mei 2023



Dan Naftali Liasta Ketaren

11180541

DUTA WACANA

## HALAMAN MOTTO

“Selalu lebih utama menyenangkan diri sendiri ketimbang orang disekitar”

### (DAN NAFTALI LIASTA KETAREN)

“Dan apa saja yang kalian minta atas nama-ku, itu akan Kulakukan untuk kalian, supaya Bapa diagungkan melalui Anak” (Yohanes14:13)

“Apa saja yang kalian minta atas nama-ku, akan Kulakukan ” (Yohanes14:14)

“Saudara-saudara harus mengetahui bahwa kabar baik yang saya beritakan itu tidak berasal dari manusia” (Galatia1:11)

“Yesus memberikan manusia dari dosa-dosa mereka; dan dia yang membersihkan, serta mereka yang dibersihkan itu, sama-sama mempunyai satu Bapa. Itulah sebabnya Yesus tidak malu mengaku mereka itu sebagai saudara-saudara-nya” (Ibrani2:11)

DUTA WACANA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan rasa syukur kepada:

1. Tuhan Yesus Maha Esa yang selalu memberkati dan memberi rasa syukur sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. Kedua orang tua yang sayang cintai Bapak Stepanus Ketaren dan Mama Saya Sri Mulyani yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada saya dalam studi maupun dalam kehidupan sehari-hari secara moral maupun materi.
3. Kakak saya Helvy Aprilla Wulandari Br. Ketaren yang selalu mendukung saya, serta memberikan saya nasehat yang tiada lelahnya buat saya.
4. Abang saya Helfan Bastanta Ketaren yang selalu membangkitkan dukungan serta motivasi kepada saya dan mendukung saya kemana pun saya melangkah.
5. Bapak Jonathan Hardioko, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing yang memberikan bimbingan, arahan, dan masukan sejak pemikiran judul hingga terselesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kelancaran penulisan skripsi ini.
7. Untuk Anzal Rachman Fathoni selaku teman dekat saya selama di Jogja yang telah berjasa dalam memberikan bantuan dan motivasi agar selalu mengerjakan skripsi ini.

8. Untuk teman teman saya yang lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu,  
Terima Kasih telah selalu mengingatkan dalam mengerjakan skripsi ini.





## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE YOGYAKARTA”** dengan baik. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis sendiri sadar bahwa memiliki banyak kelemahan keterbatasan sehingga, dalam menyelesaikan skripsi ini saya menerima bantuan dari berbagai pihak hingga terselesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang-orang yang sudah memberikan dukungan, motivasi, arahan kepadaya selama mengerjakan skripsi ini. Terutama kepada keluarga saya tercinta, terutama kepada ayah saya Stepanus Ketaren dan mama saya Sri Mulyani yang selalu memberikan dukungan tak terhingga serta selalu mendoakan saya dan selalu memberikan perhatian baik moral dan materi. Dan kepada abang aku Helfan Bastanta K dan kakak saya Helvy Aprilia Wulandari yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya.

Penulis juga mengucapkan banyak rasa terima kasih kepada orang yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Yang saya hormati, Bapak Jonathan Hardioko, S.E.,M.M. Selaku dosen pembimbing skripsi saya yang selalu berkenan membagikan ilmunya serta memberikan arahan dan motivasi. Dan selalu

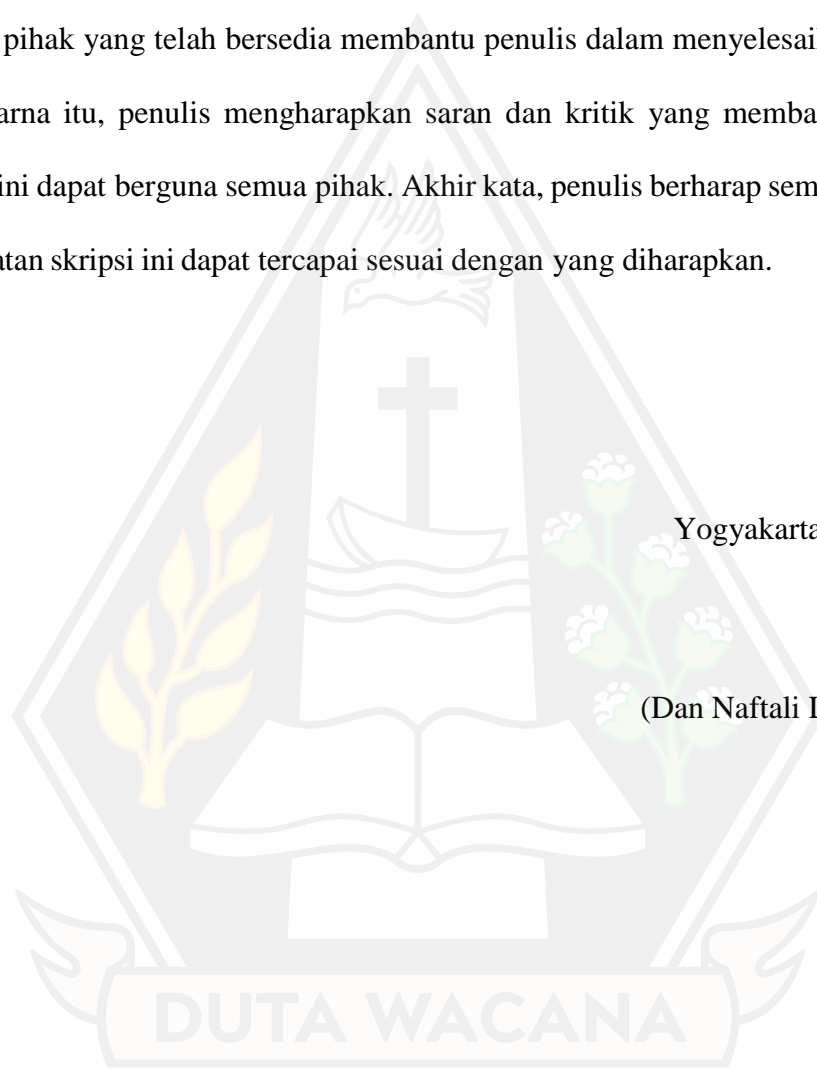
bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan pembelajaran yang sangat bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun penulis akan percaya bahwa Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat yang berlimpah kepada pihak yang telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat berguna semua pihak. Akhir kata, penulis berharap semoga tujuan dari pembuatan skripsi ini dapat tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Yogyakarta, 25 Mei 2023

Penulis

(Dan Naftali Liasta Ketaren)



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>IV</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>V</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>VI</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>X</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>XV</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>XVI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>XVII</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>7</b>

<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.5 Batasan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Kajian Teori.....</b>	<b>9</b>
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Presepsi Harga.....	13
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	14
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3 Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>22</b>
<b>2.4 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Variabel Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4 Teknik Dan Instrumen Penelitian .....</b>	<b>28</b>

<b>3.5 Uji Instrumen Data .....</b>	<b>32</b>
3.5.1 Uji Validitas .....	32
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	33
<b>3.6 Metode Analisis Data .....</b>	<b>35</b>
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	35
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
<b>3.7 Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>37</b>
3.7.1 Uji F .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Sejarah Coffee 28 .....</b>	<b>43</b>
<b>4.2 Analisis Data .....</b>	<b>44</b>
4.2.1 Hasil Validitas.....	44
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
<b>4.3 Karakteristik Responden .....</b>	<b>49</b>
4.3.1 Jenis Kelamin.....	49
4.3.2 Usia .....	50
4.3.3 Pekerjaan .....	50
4.3.4 Pendapatan .....	51
<b>4.4 Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>52</b>

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
4.4.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
4.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	55
4.4.4 Hasil Uji F.....	56
4.4.5 Hasil Uji t.....	57
<b>4.5 Pembahasan.....</b>	<b>60</b>
4.5.1Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Coffee 28 Yogyakarta .....	60
4.5.2Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee 28 Yogyakarta .....	62
4.5.3Pengaruh Presepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee 28 Yogyakarta .....	63
4.5.4 Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Presepsi Harga Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen .....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>65</b>
<b>5.2 Keterbatasan.....</b>	<b>65</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>65</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	30
Tabel 3.2 Skor Jawaban Responden.....	33
Tabel 3.3 Kriteria Uji Validitas.....	34
Tabel 3.4 Kriteria Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4.1 Uji Validitas Item Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan .....	46
Tabel 4.2 Uji Validitas Item Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.3 Uji Validitas Item Kuesioner Variabel Presepsi Harga.....	47
Tabel 4.4 Uji Validitas Item Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen.....	47
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Presepsi Harga .....	48
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen .....	49
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.10 Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	50
Tabel 4.11 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4.12 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	52
Tabel 4.13 Rekapitulasi Karakteristik Responden.....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients <sup>a</sup> .....	53
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
Tabel 4.16 Kriteria Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.17 Coefficients <sup>a</sup> .....	58

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE  
YOGYAKARTA**

**Dan Naftali Liastan Ketaren**

**11180541**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Dalam penelitian ini untuk pengambilan data menggunakan *purposive sampling* dengan menggunakan 100 responden masyarakat di Kota Yogyakarta dengan usia minimal 17 Tahun dan pernah Mengunjungi Coffee 28 Yogyakarta.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner *online* yaitu Google Form yang disebarakan kepada responden untuk mengumpulkan data, kemudian data diolah dengan menggunakan SPSS 25. Teknik analisi dalam penelitian ini berupa uji regresi linear berganda dengan uji hipotesis, uji determinan ( $R^2$ ), uji t, dan uji F (Anova).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen produk *Coffee 28* di Kota Yogyakarta baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE  
YOGYAKARTA**

**Dan Naftali Liastan Ketaren**

**11180541**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

***ABSTRACT***

*The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality, Product Quality, and Price Perception on Consumer Satisfaction. In this study for data collection using purposive sampling using 100 community respondents in Yogyakarta City with a minimum age of 17 years and had visited Coffee 28 Yogyakarta.*

*In this study using an online questionnaire, namely Google Form, which was distributed to respondents to collect data, then the data was processed using SPSS 25. The analysis technique in this study is in the form of multiple linear regression tests with hypothesis tests, determinant tests ( $R^2$ ),  $t$  tests, and  $F$  tests (Anova).*

*The results of this study show that Service Quality, Product Quality, and Price Perception on Consumer Satisfaction of Coffee 28 products in Yogyakarta City both simultaneously and partially.*

***Keywords:*** *Service Quality, Product Quality, and Price Perception of Consumer Satisfaction*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang di tawarkan agar mampu bersaing dan unggul di banding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi produk dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Salah satu bisnis kuliner yang menghadapi ketatnya persaingan ialah bisnis kedai kopi (*café*). Pada era sekarang gaya hidup masyarakat pada umumnya mengalami

perubahan dalam beberapa hal, tak terkecuali dalam hal menikmati kopi. Pada zaman dahulu masyarakat hanya menikmati kopi di Warkop (Warung Kopi) ataupun di rumah, namun seiring berkembangnya zaman masyarakat lebih memilih berkumpul menikmati kopi dan menghabiskan waktu di kedai kopi. Ini membuat bisnis kedai kopi semakin di minati tak terkecuali di kota Yogyakarta, DIY, terdapat *coffee shop* yang menyediakan berbagai menu dengan harga dan kualitas pelayanan beragam.

Menurut Herlambang (2014:36) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Dalam penentuan baik buruknya kualitas di tentukan dan di nilai oleh konsumen berdasarkan persepsi konsumen. Suatu produk di katakan berkualitas jika kebutuhan dan keinginan pembeli terpenuhi. Kualitas produk yang baik Akan memberikan kepercayaan kepada konsumen sehingga konsumen memiliki motivasi untuk membeli dan menikmati kembali produk tersebut. Dengan adanya kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen Akan terpenuhi dan Akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga perusahaan harus memperhatikan produk yang Akan di jual di pasaran agar mampu bersaing dengan produk sejenis.

**Tabel 1.1 Daftar Coffee Shop di Yogyakarta**

No.	Nama	Alamat
1	28	Jl. Kyai Mojo No.92, Tegalrejo, Yogyakarta. Jl. Taman Siswa No.134, Wirogunan, Kec. Mergangsan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jalan Pemancar Sel., komplek Plaza Seturan Kavling 10A, Kledokan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.
2	Awor	Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No.16, Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta.
3	Neverland boardgame	Coffee & Jl. Samironobaru, Samirono, Caturtunggal.
4	Homi	Jl. Kenari No.7, Demangan Baru, Caturtunggal, Depok, Sleman.
5	Semeja Coffee	Jl Pakuningratan 66, YK.
6	Semanak Coffee & Eatery	Jl. Rotowijayan No.12 55132 Kota Yogyakarta Daerah Istimewa Yogyakarta.
7	Coffee shop lainnya	

Sumber: Data diolah Penulis, 2023.

Dari Tabel 1.1 ditampilkan Coffee shop yang berlokasi di sekitar daerah Yogyakarta di antaranya yaitu 28 Coffee shop, Awor, Neverland Coffee & boardgame, Homi Coffee shop, Semeja Coffee, Semanak Coffee & Eatery, dan Coffee shop lainnya.

Dengan semakin banyaknya kedai kopi membuat persaingan dalam bisnis ini semakin ketat sehingga perusahaan di tuntut untuk selalu membuat strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat memenangkan persaingan. Menurut Kotler & Keller (2013:140), salah satu strategi yang dapat di lakukan perusahaan di antaranya adalah dengan memberikan kepuasan kepada konsumennya. Menurut Tjiptono (2012:301) konsumen adalah situasi yang di tunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang di harapkan. Jika memenuhi harapan maka konsumen akan puas, sebaliknya jika di bawah harapan maka konsumen tidak puas.

Kepuasan konsumen akan memberikan manfaat bagi perusahaan, khususnya usaha dalam bidang kuliner. Dengan mempertahankan dan memberikan kepuasan kepada konsumen maka mereka cenderung untuk membeli ulang. Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Menurut Daryanto & Setyobudi (2014:39), komunikasi yang di sampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan. Menurut Assauri (2012:11), kepuasan konsumen merupakan suatu indikator akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan.

Menurut Avianty (2019:69), terdapat faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen di antaranya yaitu kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga. Menurut Tjiptono (2016:113), kualitas pelayanan adalah upaya yang di lakukan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan

penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan di jadikan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang di berikan sesuai dengan ekspektasi konsumen. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa kuliner, kualitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Harga merupakan salah satu atribut penting yang akan di evaluasi oleh konsumen ketika melakukan pembelian. Bagi konsumen, harga sering di kaitkan dengan manfaat yang di peroleh atas suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah di keluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah di belinya. Menurut Mowen & Minor (2012:49), konsumen akan merasa puas apabila manfaat yang mereka dapatkan sebanding atau bahkan lebih tinggi dari nominal uang yang mereka keluarkan. Menurut Iswantami (2020:117), kepuasan konsumen di pengaruhi oleh kualitas pelayanan, keragaman produk dan harga.

Menurut Rangkuti (2004) dalam Sangadji dan Sopiah (2013:327) citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk di benak konsumen. Citra merek dapat di bangun oleh produsen atau konsumen. Produsen membentuk suatu citra terhadap merek yang di keluarkan, yang kemudian mempengaruhi konsumen dalam mempersepsikan merek tersebut. Karena ketika bisnis telah memiliki Nama yang di kenal oleh masyarakat luas, hal tersebut juga Akan menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pemebelian. Salah satu contohnya adalah perusahaan 28 Coffee yang telah di kenal oleh konsumennya.

Yogyakarta sudah banyak warung dan café atau *Coffee shop*, berdasarkan observasi hampir banyak yang sudah berdiri di setiap sudut kota yogyakarta, terdapat Coffee shop baru yang berukuran tidak terlalu besar tapi cukup ramai di kunjungi oleh konsumen. Jadi dapat di lihat bahwa dengan ramainya minum kopi saat ini, konsumen di Kafe 28 Coffee terus meningkat tiap bulannya. Lokasi 28 Coffee ada 3 cabang, pertama Jl. Taman siswa, kedua, Jl. Kyai Mojo No.92, Tegalrejo, yang ketiga Plaza Seturan Raya, Jl. Pemancar Sel. No. KAV. 10, Depok, Yogyakarta. Coffee 28 termasuk Coffee shop menengah yaitu di peruntukan bagi mahasiswa. Konsumen yang datang juga ke 28 Kafe umumnya dari kalangan mahasiswa, pekerja yang sekedar bermain bersama teman-temannya. Ada juga konsumen berasal dari kalangan pebisnis yang ingin menikmati kopi sambil melakukan meeting.

28 Coffee Shop adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yang sudah berdiri 2019 dengan berbagai pengembangan yang dilakukan secara berkelanjutan. Menu minuman yang tersedia di 28 Coffee sangatlah beragam. Brand ini memiliki menu *signature* atau andalan yang terdiri dari Aren Latte, Caramel Mocha Latte, Pink Latte dan Regal Latte.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka perlu di lakukan penelitian terhadap keputusan pembelian di 28 Coffee untuk menganalisis dan menguji apakah variabel **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN 28 COFFEE YOGYAKARTA.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan, maka masalah yang dapat di rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian di lakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee ?
2. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee.
3. Untuk menganalisis persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di 28 Coffee.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Kegunaan penelitian ini di harapkan akan memberi keuntungan bagi pihak-pihak terkait antara lain:

1. Bagi Penulis



Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen 28 Coffee.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu perusahaan yang dalam hal ini adalah 28 Coffee untuk meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan.

## 3. Bagi lingkungan Akademik

Hasil dari penelitian ini di harapkan dapat menambah pemikiran baru bagi para akademisi dan untuk menggali lebih lanjut penelitian ini serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian ini bertujuan agar penelitian ini berjalan secara efektif dan efisien untuk membatasi agar tidak terlalu luas, antara lain

1. Variabel penelitian: kualitas pelayanan, kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan konsumen.
2. Objek yang di teliti: 28 Coffee
3. Lokasi penelitian: jl. Kyai Mojo No. 92, Tegalrejo, Yogyakarta.
4. Jumlah responden: 100 responden
5. Waktu penelitian: februari

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Didapati kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Responden menilai Coffee 28 memiliki harga terjangkau, sehingga membuat konsumen puas.
3. Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan persepsi harga memengaruhi bersamaan pada variabel kepuasan konsumen

#### **5.2 Keterbatasan**

Penelitian ini sudah dilakukan sebaik mungkin oleh peneliti, namun tetaplah memiliki keterbatasan. Penelitian ini masih terbatas pada variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga. Banyaknya variabel yang bisa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Coffee 28 berlokasi di Kota Yogyakarta seperti *online customer review*, promosi, *brand ambassador* serta faktor lain yang masih bisa mendukung.

#### **5.3 Saran**

Adapun sarannya yaitu sebagaimana di bawah ini:

1. Bagi Coffee 28
  - a. Dari hasil penelitian ini Upaya yang harus dilakukan oleh Coffee 28 adalah meningkatkan tampilan bangunan, fasilitas, perlengkapan teknologi

pendukung, hingga penampilan karyawan sehingga dapat memberikan kesan dan pengalaman yang baik yang tidak dapat dilupakan konsumen ketika berkunjung ke Coffee 28, sehingga konsumen merasa puas dan ingin berkunjung kembali ke Coffee 28.

- b. Dari hasil penelitian ini, Coffee 28 perlu menambah promosi perusahaan agar menarik konsumen untuk berkunjung kembali seperti menyediakan potongan harga dan juga menambah varian menu khususnya menu makanan yang dirasa kurang serta menambah fasilitas yang dirasa kurang.
- c. Adapun saran yang dapat diberikan dari penulis kepada perusahaan yaitu tetap dapat mempertahankan dan meningkatkan manfaat dan nilai yang ada pada produk tersebut, serta meningkatkan kualitas produk dengan harga yang masih dapat dimiliki oleh konsumen.

## 2. Peneliti Selanjutnya

- a. Untuk peneliti kedepannya bisa mengganti atau menambahkan menambahkan variabel lain yang memiliki pengaruh pada terhadap kepuasan konsumen di Coffee 28 dan juga bisa dengan memperluas area penelitian sehingga bisa melihat seperti apa respon lainnya dari konsumen yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry.1988."SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing* Volume 64
- Adi, A. F. R., & YOESTINI, Y. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis), Semarang.
- Anggoro, D. G. (2018). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Melalui Ekuitas Merek Sebagai Variabel Intervening* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang), Malang.
- Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Avianty, V. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 67-72.
- Cahyani, F. G. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Daryanto & setyobudi, (2014).*Konsumen dan pelayana prima*. Yogyakarta Gava Media.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi,dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang), Semarang.
- Fawzi, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Pelanggan Otentik Kopi Jogja). *Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Febriana, E. K. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Makan Bu Sur). *Journal of Management*, 3(3), 1-7.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heryati, E. (2015). Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 12(1), 16-28.

- Iswantami, M. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Food & Beverage Di I-Club Madiun. *Mr Perpustakaan IAIN Ponorogo*.
- Kasmir. (2011). Kewirausahaan. Edisi Revisi, Cetakan keenam. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing, thirteen edition. Prentice Hall. New Jersey.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2002). Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1. Terjemahan Alexander Sindoro, Prehalindo, Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). Principles of Marketing 14E. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga McCarthy, E. Jerome. (2002). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, J. O. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe One Eighteenth Coffee. *Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra, and* 6(1).
- Lestari, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Manarul Qurn Biro Perjalanan Umroh. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah, 1(2)*, 63-79.
- Nasution, M. F. R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen danBisnis, 14(2)*.
- Raheni, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Mahasiswa. *Jurnal Sinar Manajemen, 5(2)*, 82-85.
- Rahman.Y. & Hidayati, R. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Intesitas Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Optik Famili. *Jurnal of management, 10(2)* 1-12.
- Rahmawati, K. N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kedai Bangsawan Klaten. *Lumvung Pustaka Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ratri, Lutiary Eka. (2007). Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. Jakarta: Salemba Empat.
- Rohman, A. K. (2020). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Baskin Robbins Tp3 Tunjungan Plaza Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 9(2)*, 1251-1257.
- Runtunuwu, J. G., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga,

- dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna café dan resto Cabana Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 1171-1184.
- Sinambela, L. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Stanton, William J. (1996). Prinsip Pemasaran. Edisi 7. Jilid 1. Terjemahan. Erlangga.Jakarta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Swastha, Basu dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Sumber: Tjiptono, ( 2006), *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, penerbit Andi Offset, P. 147
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Penelitian)*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality and Customer Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi (1 Ed.)*. Yogyakarta: ANDI.
- Utami, C. W. (2017). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.