

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WARUNG KOPI MERAPI  
CANGKRINGAN SLEMAN**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh :  
ATHALIA DEA PURNALITA  
11190644**

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

**2024**

## **HALAMAN PENGAJUAN**

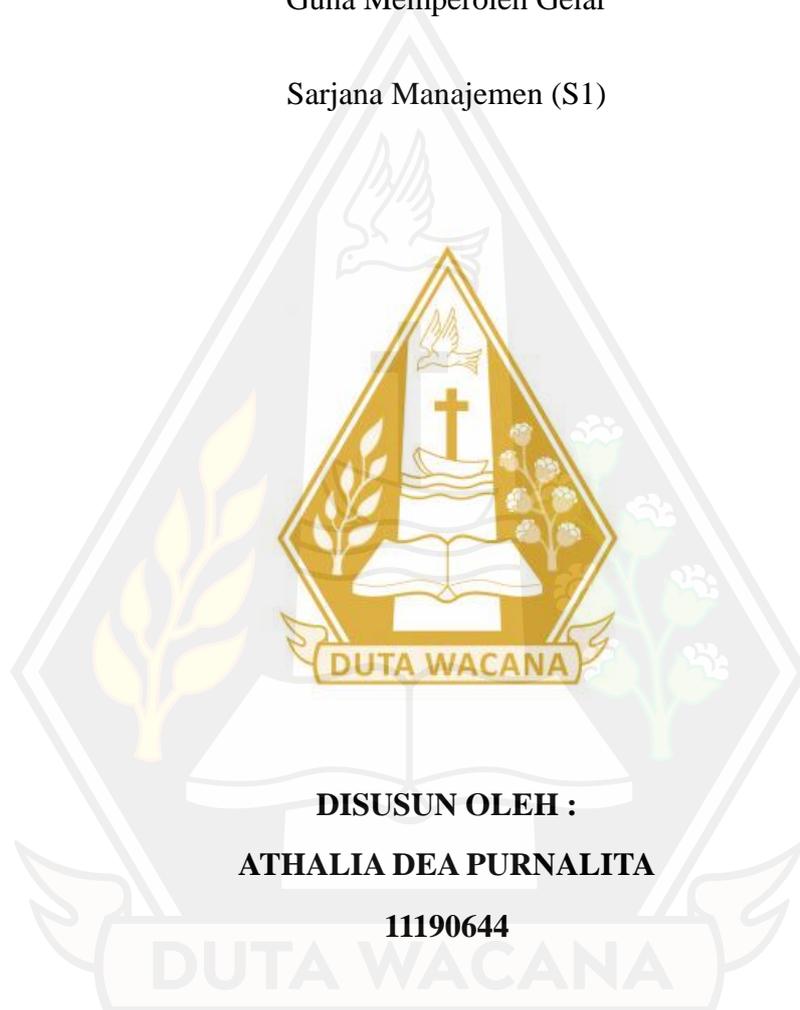
Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen

Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat – syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen (S1)



**DISUSUN OLEH :**

**ATHALIA DEA PURNALITA**

**11190644**

**FAKULTAS BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASILUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Athalia Dea Purnalita  
NIM : 11190644  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

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

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WARUNG KOPI MERAPI  
CANGKRINGAN SLEMAN”**

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 : 28 Juni 2024

Yang menyatakan

  
(Athalia Dea Purnalita)  
NIM.11190644

## HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WARUNG KOPI MERAPI  
CANGKRINGAN SLEMAN**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**ATHALIA DEA PURNALITA**

**11190644**

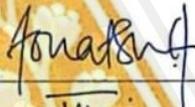
Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis  
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar  
Sarjana Manajemen

Pada tanggal 24 juni 2024

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Jonathan Herdioko, SE.,MM  
(Ketua Tim Penguji / Dosen Pembimbing) : 
2. Yohanes Michael Christanto, S.S., MM  
(Dosen Penguji) : 
3. Lucia Nurbani Kartika, S.pd., Dipl.Secr.,MM  
(Dosen Penguji) : 

Disahkan Oleh:

Yogyakarta, 23 Juni 2024

**DU TA WACANA**

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Perminas Pangeran, M.Si., CSA., CRP

Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KOPI MERAPI  
CANGKRINGAN YOGYAKARTA**

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

Jika kemudian 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, 10 Juni 2024



**Athalia Dea Purnalita**

**(11190644)**

## **MOTTO**

Salah satu cara melakukan pekerjaan yang hebat adalah dengan mencintai apa yang kamu lakukan

-Steve Jobs-

Anda mungkin bisa menunda, tapi waktu tidak akan menunggu

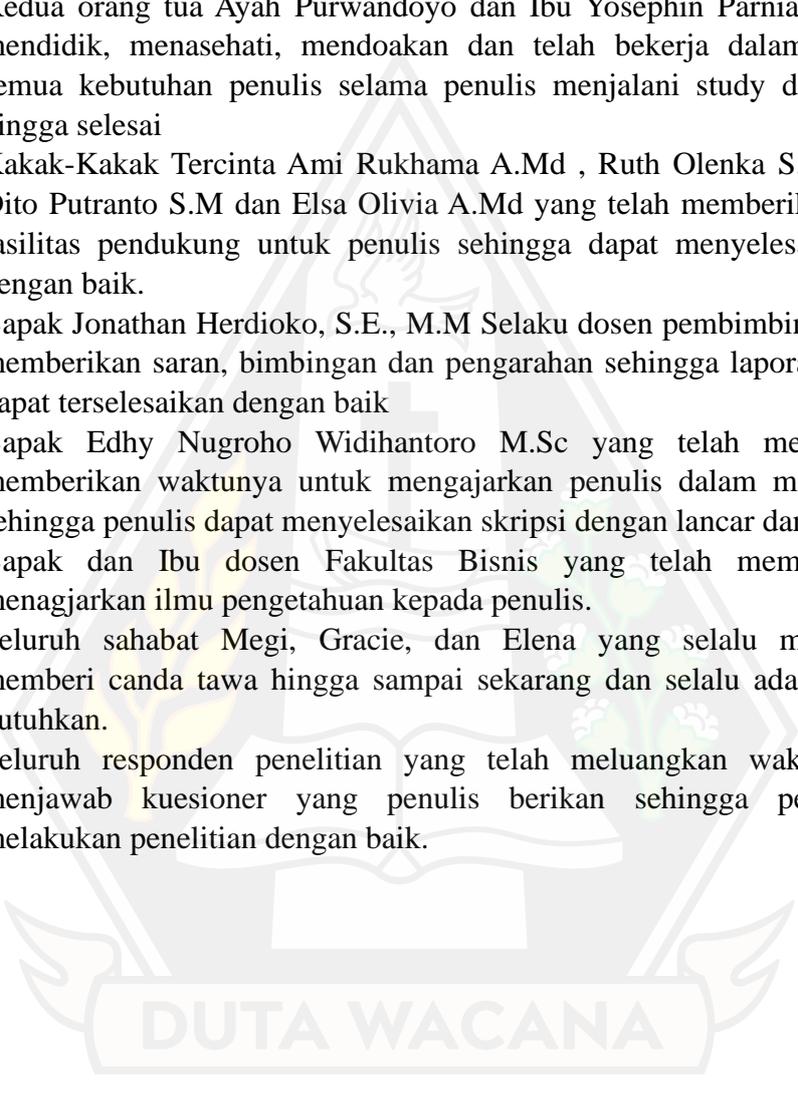
-Benjamin Franklin-



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya, kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, akal budi, semangat dan kesehatan sehingga penulis bisa menulis laporan skripsi dan bisa selesai tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua Ayah Purwandoyo dan Ibu Yosephin Parniati yang telah mendidik, menasehati, mendoakan dan telah bekerja dalam mencukupi semua kebutuhan penulis selama penulis menjalani study di Yogyakarta hingga selesai
3. Kakak-Kakak Tercinta Ami Rukhama A.Md , Ruth Olenka S.S , Natanael Dito Putranto S.M dan Elsa Olivia A.Md yang telah memberikan beberapa fasilitas pendukung untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga laporan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
5. Bapak Edhy Nugroho Widihantoro M.Sc yang telah membantu dan memberikan waktunya untuk mengajarkan penulis dalam mengolah data sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan dan menagjarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh sahabat Megi, Gracie, dan Elena yang selalu menyemangati memberi canda tawa hingga sampai sekarang dan selalu ada saat penulis butuhkan.
8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktunya untuk menjawab kuesioner yang penulis berikan sehingga penulis dapat melakukan penelitian dengan baik.



DUTA WACANA

## KATA PENGANTAR

Puji Dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan pimpinannya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta” yang disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan program Sarjana Manajemen (S1) jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, dapat selesai dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak selama proses penyusunan laporan. Dalam proses penyelesaian skripsi ini penulis mengalami banyak hambatan setiap hari dimana penulis harus membagi waktu dengan kegiatan bekerja dan kegiatan lain. Hambatan – hambatan dapat dilalui penulis dengan dukungan orang tua dan teman – teman yang selalu memberikan motivasi hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran untuk kesempurnaan penelitian di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan menjadi tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 4 Mei 2024



Athalia Dea Purnalita

## DAFTAR ISI

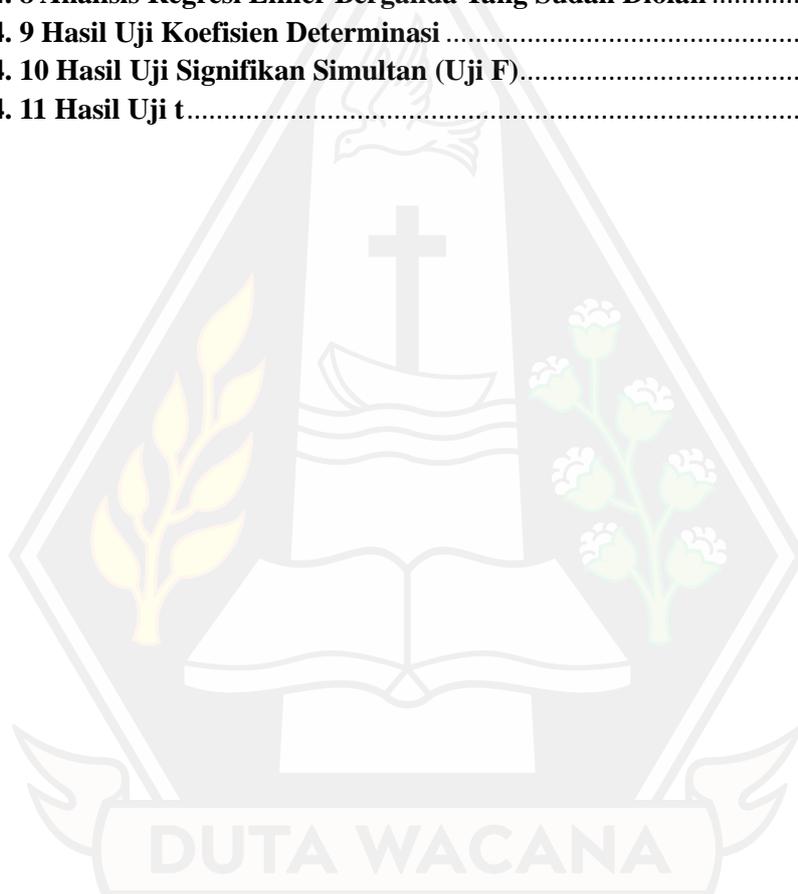
<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	3
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	3
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	4
<b>1.5 Batas Penelitian</b> .....	4
<b>BAB II</b> .....	6
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	6
<b>2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran</b> .....	6
<b>2.2 Teori Kualitas Produk</b> .....	6
<b>2.2.1 Definisi Kualitas Produk</b> .....	6
<b>2.3 Persepsi Harga</b> .....	8
<b>2.3.1 Definisi Persepsi Harga</b> .....	8
<b>2.3.2 Indikator Persepsi Harga</b> .....	8
<b>2.4 Suasana</b> .....	9
<b>2.4.1 Definisi Suasana</b> .....	9
<b>2.4.2 Indikator Suasana</b> .....	9
<b>2.5 Kepuasan Pelanggan</b> .....	10
<b>2.5.1 Definisi Kepuasan Pelanggan</b> .....	10
<b>2.5.2 Indikator Kepuasan Pelanggan</b> .....	11

2.6 Penelitian Terdahulu.....	12
2.7 Kerangka Berpikir.....	13
2.8 Pengembangan Hipotesis.....	13
2.8.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	13
2.8.2 Pengaruh Persepsi Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	14
2.8.3 Pengaruh Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	14
<b>BAB III.....</b>	<b>16</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>16</b>
<b>3.1 Data dan Sumber Penelitian.....</b>	<b>16</b>
3.1.1 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	16
3.1.2 Jenis Data Penelitian.....	16
<b>3.2 Data dan Sumber.....</b>	<b>16</b>
3.2.1 Data Primer.....	16
3.2.2 Data Sekunder.....	17
3.2.3 Metode Pengumpulan Data.....	17
<b>3.3 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>17</b>
3.3.1 Populasi.....	17
3.3.2 Sampel.....	18
3.3.3 Teknik Purposive Random Sampling.....	18
<b>3.4 Devinisi Variable dan Pengukuran.....</b>	<b>19</b>
3.4.1 Devinisi Variable.....	19
3.4.2 Definisi Variabel Operasional.....	19
3.4.3 Skala Pengukuran Data.....	20
<b>3.5 Uji Instrumen Penelitian.....</b>	<b>21</b>
3.5.1 Uji Validitas (Keakuratan Indikator).....	21
3.5.2 Uji Reabilitas (Keandalan Variabel).....	22
3.5.3 Analisis Deskriptif.....	22
<b>3.6 Uji Hipotesis.....</b>	<b>23</b>
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.6.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	23
3.6.3 Uji Signifikasi Stimulan (Uji F).....	24
3.6.4 Uji Parsial (Uji t).....	25
<b>BAB IV.....</b>	<b>26</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAAN.....</b>	<b>26</b>

<b>4.1 Sampel Penelitian</b> .....	26
<b>4.2 Statistik Deskriptif</b> .....	26
<b>4.2.1 Uji Validitas</b> .....	26
<b>4.2.2 Uji Reliabilitas</b> .....	28
<b>4.2.3 Karakteristik Responden</b> .....	28
<b>4.2.4 Kesimpulan Dari Perhitungan Profil Responden</b> .....	31
<b>4.3 Uji Hipotesis</b> .....	32
<b>4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	32
<b>4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</b> .....	35
<b>4.3.3 Uji F (Simultan)</b> .....	36
<b>4.3.4 Uji Signifikan Parsial (Uji t)</b> .....	36
<b>4.4 Pembahasan Hasil</b> .....	38
<b>4.4.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.</b> .....	38
<b>4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan</b> .....	39
<b>4.4.3 Pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan.</b> .....	40
<b>BAB V</b> .....	42
<b>KESIMPULAN &amp; PEMBAHASAAN</b> .....	42
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	42
<b>5.1.1 Keterbatasan Penelitian</b> .....	42
<b>5.1.2 Hasil Analisis Profil Responden</b> .....	42
<b>5.1.3 Hasil Analisis dan Pembahasan</b> .....	43
<b>5.2 Saran</b> .....	44
<b>5.2.1 Saran Bagi Warung Kopi Merapi</b> .....	44
<b>5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya</b> .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	46

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3. 1 Definisi Variabel Operasional.....	19
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert .....	21
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas .....	27
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas.....	28
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Umur .....	29
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	30
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Sesuai dengan Pengeluaran Per Bulan .....	30
Tabel 4. 7 Frekuensi Berkunjung Dalam 6 (enam) Bulan Terakhir .....	31
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linier Berganda Yang Sudah Diolah .....	33
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	35
Tabel 4. 10 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	36
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	37



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021) Sumber: Databoks, 2018....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>13</b>



## LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN 2 DATA PROFIL RESPONDEN.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN 3 DATA JAWABAN RESPONDEN .....</b>	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN 4 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN 5 UJI REGRESI LINIER BERGANDA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN 6 FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN 7 KARTU KONSULTASI.....</b>	<b>77</b>



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN SUASANA  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WARUNG KOPI MERAPI  
CANGKRINGAN SLEMAN**

**Athalia Dea Purnalita**

**NIM 11190644**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

*Email:* [athaliadeap20@gmail.com](mailto:athaliadeap20@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah Kuantitatif dengan Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah yang sudah pernah berkunjung ke Warung Kopi Merapi dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*. Kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan Teknik analisis uji validasi, uji reabilitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>), uji signifikan secara simultan (Uji F) dan uji parsial (Uji t). Penelitian ini menyertakan Hasil dari variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Suasana menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Variabel Kualitas Produk terkuat dengan nilai t hitung sebesar 3.816.

Kata kunci : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana, Kepuasan Konsumen

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION AND  
ATMOSPHERE ON CUSTOMER SATISFACTION AT MERAPI COFFEE  
SHOP CANGKRINGAN SLEMAN***

**Athalia Dea Purnalita**

**NIM 11190644**

***Management Study Program, Faculty of Business***

***Duta Wacana Christian University***

***Email: [athaliadeap20@gmail.com](mailto:athaliadeap20@gmail.com)***

***ABSTRACT***

*This research aims to determine the influence of product quality, price perception and atmosphere on customer satisfaction at Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta. The method used for this research is quantitative with data collection techniques using questionnaires. The population in this study were those who had visited Warung Kopi Merapi within the last 6 (six) months. The sample in this study consisted of 100 respondents using purposive sampling technique. Then the data was processed using the SPSS application with validation test analysis techniques, reliability tests, multiple linear regression tests, coefficient of determination tests ( $R^2$ ), simultaneous significant tests ( $F$  test) and partial tests ( $t$  test). This research includes results from the variables Product Quality, Price Perception and Susana, showing that there is a positive and significant influence on Customer Satisfaction. The strongest Product Quality variable with a calculated  $t$  value of 3,816.*

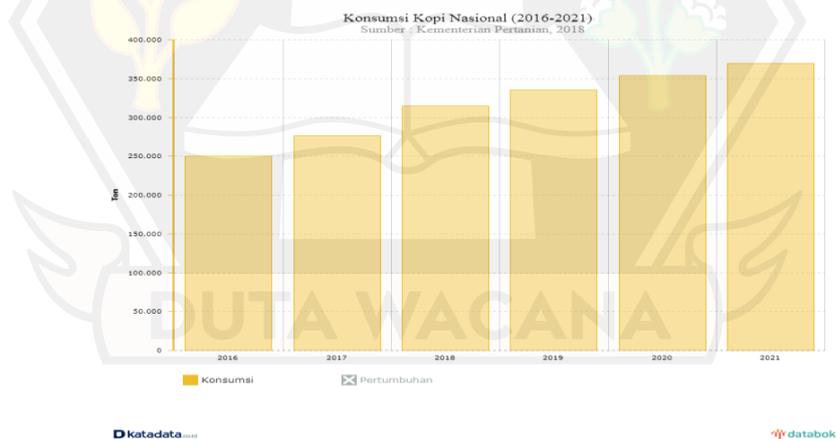
*Keywords: Product Quality, Price Perception, Atmosphere, Consumer Satisfaction*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini para pebisnis perlu pintar-pintar memulai bisnisnya. Memilih strategi yang tepat untuk memuaskan pelanggan pada dasarnya berarti memulai bisnis untuk menghasilkan keuntungan yang diharapkan dan mempertahankan pangsa pasar. Perkembangan bisnis kopi saat ini pesat, yang menjadikan bertambahnya usaha kopi. Pengusaha dalam bisnis ini harus mencari strategi untuk secara konsisten memberikan pelayanan dan kepuasan yang unggul kepada pelanggan. Bagi masyarakat Indonesia, meminum kopi sudah menjadi kebiasaan. Menurut Organisasi Kopi Internasional (ICO). Meskipun kedai kopi menjamur di perkotaan, konsumsi kopi Robusta dan Arabika oleh penduduk kota terus meningkat sebesar 8% setiap tahunnya.



**Gambar 1** *Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021) Sumber: Databoks, 2018*

Tabel diatas menunjukkan bahwa ada kenaikan konsumsi kopi pada setiap tahunnya. Peluang bisnis kedai kopi pada awalnya sangat menjanjikan

seiring dengan semakin meningkatnya kebiasaan minum kopi masyarakat Indonesia. Namun pada tahun 2020, penjualan bisnis ini mengalami penurunan akibat dampak pandemi virus corona baru di penghujung tahun 2019. Tentu saja, hal ini sebagian besar disebabkan oleh kebijakan yang membatasi interaksi sosial. Pemberlakuan PSBB/PPKM membuat kedai kopi yang menjadi tempat segala kegiatan sosial seperti pertemuan, nongkrong, sosialisasi, bahkan mengadakan acara *formal* maupun *informal* harus terdampak akibat penurunan penjualan. Berarti memaksakan pada kedai kopi. Sebab, belum ada yang menerapkan sistem *dine in* dan memperbolehkan pembelian hanya dengan cara *take away* atau *delivery* untuk menghindari kerumunan, pasti akan menurunkan pendapatan para pebisnis kedai kopi. Strategi pengusaha untuk bersaing dengan pengusaha kopi Indonesia adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Untuk menjamin kepuasan pelanggan. Jaminan kualitas adalah prioritas utama kami dalam mencapai kepuasan pelanggan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Tjiptono (2012). Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan pelanggan merasa kebutuhannya sesuai dengan harapan.

Dengan berakhirnya pandemi virus corona tahun 2019, pelanggan sudah melupakan kebiasaan konsumsi kopi sebelum pandemi. Kedai kopi semakin berkembang dan popularitas kedai kopi meningkat pesat setiap tahunnya. Industri kopi Yogyakarta berkembang pesat selama satu dekade terakhir. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah kedai kopi di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Jogja merupakan ketua Panitia *Jogja Coffee Week* (2022) dan merupakan kota dengan kedai kopi terbanyak di Indonesia.

Adanya Warung Kopi Merapi yang selalu ramai akan pengunjungnya. Beraneka ragam menu yang ditawarkan Pada Warung Kopi Merapi Selain kopi, pengunjung juga bisa memesan aneka jajanan seperti pisang goreng, roti bakar, dan singkong keju. Warung Kopi Merapi ini memiliki konsep sederhana dan nyaman, dengan interior yang sebagian besar menggunakan batu, kayu, dan bambu. Nikmati pemandangan gunung berapi yang memukau dari kejauhan, terutama di pagi dan sore hari saat cuaca bagus. Suasana inilah yang membuat konsumen datang kembali ke Warung Kopi Merapi. Ini adalah tempat paling nyaman untuk nongkrong, bersosialisasi, bertemu keluarga, dan mengambil foto.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini :

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta ?
- b. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta ?
- c. Apakah terdapat pengaruh suasana di Warung Kopi Merapi yang menjadikan ramai ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini dilakukan adalah:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas produk yang ada di Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta

- b. Mengetahui Persepsi harga terhadap Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta
- c. Mengetahui pengaruh suasana asri terhadap Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Pelaku Bisnis

Hasil ini akan membantu dan menginformasikan upaya para pembisnis untuk meningkatkan kualitas produk, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan.

- b. Manfaat Umum

Penulis berharap penelitian ini dapat digunakan dan memberikan pengetahuan lebih dalam mengenai kualitas produk, persepsi harga dan kepuasan pelanggan.

- c. Kepada peneliti selanjutnya

Penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat sebagai informasi dan bahan referensi untuk peneliti berikutnya dengan menggunakan variabel lain.

#### **1.5 Batas Penelitian**

Agar penelitian ini tidak terlalu luas dan melebihi dari topik agar menjadi lebih spesifik, maka peneliti memberikan batasan-batasan sebagai berikut :

- a. Tempat penelitian dilakukan di : Sleman

- b. Waktu Penelitian : Desember 2023 – Mei 2024

- c. Responden penelitian : Masyarakat yang pernah mengunjungi Warung Kopi Merapi di Cangkringan pada periode Desember 2023 – Mei 2024
- d. Jumlah Responden : 100 orang responden
- e. Profil responden
- i. Jenis kelamin : Laki-Laki dan Perempuan
  - ii. Usia : 18 tahun – <41 tahun
  - iii. Pengeluaran : Rp 500.000 – Rp 1.500.000  
>Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000  
>Rp 3.000.000 – Rp 4.500.000  
> Rp 4.500.000
  - iv. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa, PNS, Pegawai Swasta, Wirausaha, TNI/Polri, dll.
  - v. Variabel Independen (X) yang akan diteliti yaitu Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) dan Suasana (X3).
  - vi. Variabel Dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan (Y)
- f. Waktu Penelitian
- Penelitian dilakukan pada : Desember – Mei 2024
- g. Berapa banyak Anda berkunjung ke Warung Kopi Merapi dalam waktu 6 bulan terakhir :
- 1-2 kali
  - 3-4 kali
  - 5-6 kali
  - >6 kali

## **BAB V**

### **KESIMPULAN & PEMBAHASAAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Hasil penelitian yang dilaksanakan berkaitan pengaruh kualitas produk, persepsi harga serta suasana pada kepuasan pelanggan di warung kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta. Hingga kesimpulannya ialah:

##### **5.1.1 Keterbatasan Penelitian**

Penulis hanya memakai tiga variabel independen dan bisa punya pengaruh pada kepuasan pelanggan yakni: kualitas produk, persepsi harga serta suasana, maka dari itu masih banyak variabel independen yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Banyak yang datang ke Warung Kopi Merapi mencari suasana namun responden mahasiswa yang berkunjung ke Warung Kopi Merapi mencari harga yang murah. Peneliti mengumpulkan data responden dengan kualifikasi yang sudah pernah berkunjung ke warung kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta, dengan jumlah 100 responden melalui *google form* kemudian jawaban yang sudah terkumpul dari responden diolah dengan aplikasi SPSS.

##### **5.1.2 Hasil Analisis Profil Responden**

- a. Presentase berlandaskan jenis kelamin di penelitian ini yakni Perempuan mendominasi sebesar 64% atau sebanyak 64 orang.

- b. Presentase berlandaskan usia di penelitian ini mendominasi oleh usia 18 – 25 tahun sebesar 71% atau sejumlah 71 orang.
- c. Berdasarkan pekerjaan presentase ini didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa yaitu sebesar 39% atau sebanyak 39 orang.
- d. Persentase berdasarkan pengeluaran per bulan di dominasi oleh responden pada pengeluaran Rp 500.000 - Rp 1.500.000 sebesar 57% atau sebanyak 57 jiwa.
- e. Berdasarkan frekuensi berkunjung, responden paling banyak didominasi oleh yang berkunjung ke warung kopi Merapi sebanyak 1-2 kali dalam waktu 6 bulan terakhir dimana persentase sejumlah 69% atau sejumlah 69 jiwa.

### **5.1.3 Hasil Analisis dan Pembahasan**

Berdasarkan semua dari hasil analisis dan pembahasan penelitian yang sudah dilaksanakan pada variabel kualitas produk, persepsi harga serta suasana pada kepuasan pelanggan di warung kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta dengan sampel sebanyak 100 orang responden yang berkunjung ke warung kopi Merapi dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir. Penelitian ini di uji menggunakan uji regresi linier berganda, koefisien determinasi  $R^2$ , Uji F serta Uji t kesimpulannya ialah :

- a. Variabel Kualitas Produk punya pengaruh positif juga signifikan pada Kepuasan Pelanggan Di Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta
- b. Variabel Persepsi Harga punya pengaruh positif juga signifikan pada Kepuasan Pelanggan Di Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta

- c. Variabel Suasana punya pengaruh positif juga signifikan pada Kepuasan Pelanggan di Warung Kopi Merapi Cangkringan Yogyakarta

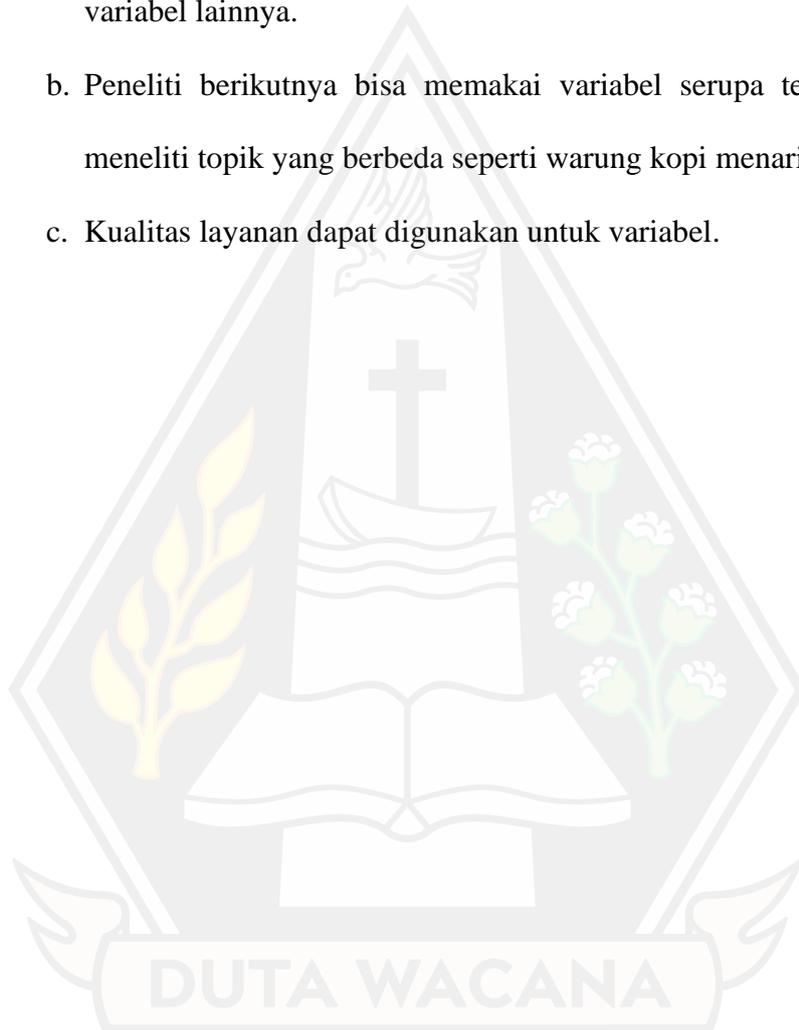
## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Bagi Warung Kopi Merapi**

- a. Warung Kopi Merapi harus mempertahankan penyajian makanan agar menarik dan rapi seperti penempatan nasi, lauk, dan sendok garpu agar membuat pelanggan merasa puas. Inovasi makanan yang selalu berkembang seperti penambahan pada menu makanan atau minuman dengan menambahkan rasa serta pembuatan bentuk makanan dan minuman yang unik. Selain itu, setiap bahan baku wajib untuk dicek kualitas kesegarannya.
- b. Warung Kopi Merapi harus mempertahankan keterjangkauan harganya. Selain itu, juga harus melihat kesesuaian harga dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen seperti menggunakan bahan makanan yang berkualitas. Warung Kopi Merapi juga harus mempertahankan biaya agar tetap bertahan dalam persaingan harga dengan Warung Kopi lainnya.
- c. Warung Kopi Merapi tetap memperhatikan tata letak meja dan kursi seperti mengganti kursi yang sudah rusak dan menambah jumlah kursi agar pelanggan tetap merasa nyaman. Menambah tampilan interior seperti pemasangan poster-poster yang menarik dan juga informasi terkait promo.

### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi penelitian berikutnya bisa menjadi bahan teruntuk referensi dan pengetahuan dalam penyusunan skripsi atau tugas akhir dengan menggunakan variabel idependen lainnya yang bisa berpengaruh pada kepuasan konsumen. Semisal kualitas pelayanan, fasilitas serta variabel lainnya.
- b. Peneliti berikutnya bisa memakai variabel serupa teatapi dengan meneliti topik yang berbeda seperti warung kopi menarik lainnya.
- c. Kualitas layanan dapat digunakan untuk variabel.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alivia Rajab<sup>1</sup>, L. N. (2021). *Peran Kepuasan Konsumen Dalam Menentukan Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, Volume 2 No.2.
- Amelda Pramezwary<sup>1</sup>, J. 2. ( 2021). *Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Dan Belanja Kota Bandung. Pariwisata*, Vol. 8 No. 1.
- Dahmiri\*, S. K. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner Di Masa Pandemi Covid-19 . Journal Of Economics And Business*, 434-438.
- Dita Putri Anggraeni, S. K. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, Vol. 37 No. 1.
- Fery Siswadi<sup>1\*</sup>, H. M. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. Jurnal Pustakawan Indonesia*, Vol. 18 No. 1.
- Ilham Kudratul Alam, E. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan D'besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol. 19.
- Indri Kartini Tampanguma, J. A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. Productivity*, Vol. 3 No. 1.
- Inggit Rahmawati, M. T. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan The Koffee Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 25.
- James Prabowo Soetanto<sup>1</sup>, F. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Volume 5.
- Khusnul Khotimah<sup>1</sup>, P. W. (2021). *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Madura Pada Galery Pesona Bangkalan. Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No.1.
- Marina Ummul Khaerat, C. I. (2022). *Pengaruh Suasana Restoran (Store Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen*

*Restoran Warunk Ropang Cabang Perintis Kota Makassar) . Jurnal Economix, Volume 10 Nomor 2.*

- Muhammad Candra Saputra, S. (2018). *Analisis Pengaruh Variabel Store Atmosphere (Suasana Toko) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Kopi Merapi. Jurnal Fokus, Volume 8, Nomor 1.*
- Mush'ab Ihsan Mu'tashim<sup>1</sup>, A. S. (2019,). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop Di Kota Bogor). Jurnal Manajemen Dan Organisasi (Jmo), Vol. 10 No. 2.*
- Musrifah Mardiani Sanaky<sup>1</sup>, L. M. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. Jurnal Simetrik, Vol 11, No. 1.*
- Nabila Iwan Sahara<sup>1</sup>, \*. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada. Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema).*
- Nurul Fatmawati. A, E. S. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, No. 1.*
- Rachmat Gunawan<sup>1</sup>, D. A. (2020). *Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen Pada Restoran Kopilao Puncak Bogor. Jurnal Visionida, Volume 6 Nomor 1.*
- Reza Afandy Ghulam<sup>1</sup>, F. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Btp. Jurnal E-Bussiness, Vol. 3.*
- Sukmawati, R. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, Volume 7, Nomor 2.*
- Sunaryo, N. A. (2019). *Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia: Tinjauan Literatur. Seminar Nasional Inobali, Inovasi Baru Dalam Penelitian Sains, Teknologi Dan Humaniora.*
- Suryandriyo, B. (N.D.). *Hubungan Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan, Suasana, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran.*
- Swesti Mahardini<sup>1</sup>, V. G. (2023). *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. Jurnal Ikraith-Ekonomika, Vol 6 .*
- Veronika Masili<sup>1</sup>, B. L. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening*

*Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa . Jurnal Emba, Vol.10 No.4.*

Wicaksono<sup>1</sup>), R. A., Octavia<sup>2</sup>), A. N., & Aprianto<sup>3</sup>), M. S. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, Vol. 21, No. 1.*

Wijayanti, N. N. (2023 , Maret 24). *7 Indikator Kepuasan Pelanggan Dan Cara Mengukurnya.* Retrieved From [Www.Niagahoster.Co.Id](http://Www.Niagahoster.Co.Id): [Https://Www.Niagahoster.Co.Id/Blog/Indikator-Kepuasan-Pelanggan/](https://Www.Niagahoster.Co.Id/Blog/Indikator-Kepuasan-Pelanggan/)

Yurindera, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Barista Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Himpunan Kopi Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 24 No. 1.*

