

SKRIPSI

**“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN SILOL KOPI & EATERY”**



Disusun oleh:

Efrin ermelinda juita

11150097

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SILOL
KOPI & EATERY**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

EFRIN ERMELINDA JUITA

NIM : 11150097

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SILOL
KOPI & EATERY**

Telah diajukan dan di pertahankan oleh:

EFRIN ERMELINDA JUITA

11150097

Dalam ujian skripsi program studi Manajemen

Fakultas Bisnis

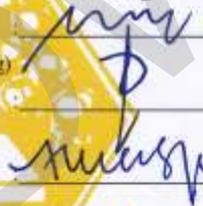
Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 27 Mei 2019

Nama dosen:

1. Dra. Ety Istriani, M.M
(Ketua Tim Penguji dan dosen Pembimbing)
2. Dr. Singgih Santoso, M.M
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M
(Dosen Penguji)

Tanda tangan



Yogyakarta, 13 JUN 2019

Disahkan oleh

Dekan,


Dr. Singgih Santoso, M.M.

Ketua Program Studi,


Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SILOL
KOPI & EATERY**

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 dari 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 plagiat atau tiruan dari karya pihak lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta,



Efrin Ermelinda Juita (11150097)

MOTTO

Do the best and pray. God will take care of the rest.

(Lakukan yang terbaik, kemudian berdoalah. Tuhan yang akan mengurus sisanya)

Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan.

- Yesaya 41:10 -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Dalam penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak dibantu, di bimbing dan didukung oleh banyak pihak. Oleh sebab itu skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria karena atas kehendak dan campur tangan kuasaNya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapa Thomas Salim dan mama Yustina Yatin terimakasih untuk segala doa dan dukungan selama ini sehingga penulis selalu optimis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing ibu Dra. Ety istriani, M.M, terimakasih karena telah banyak meluangkan waktu untuk membantu dan membimbing penulis dalam proses pengerjaan skripsi selama ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Bisnis yang telah membimbing dalam bidang Manajemen selama kurang lebih 4 tahun.
5. Seluruh teman-teman program studi Manajemen angkatan 2015 khususnya konsentrasi *marketing* yang selalu mendukung dan memberi semangat.
6. Kampus tercinta Universitas Kristen Duta Wacana dalam membentuk karakter penulis dengan berbagai macam nilai-nilai.
7. Kaka dan adik-adik tersayang : kaka Yela, kaka Ricky, Eva, Huri, Herun, Alfaro dan Elna terimakasih untuk dukungan kalian selama ini.
8. Teman-teman dan sahabat : Efin, Selin, Ola, Riany, Reny, Diana, Deden yang dengan cara mereka masing-masing telah banyak membantu dan mendukung penulis selama ini.

9. Sahabat terbaik Rhendi Sukardy terimakasih selalu setia mendukung dan menghibur penulis sehingga mampu melewati tugas akhir ini.

©UKDW

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan limpah terimakasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria karena atas KehendakNya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Silol Kopi & Eatery.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen dari program studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana. Dalam penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M, selaku Dekan Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dra. Ety Istriani, M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing penulis dengan banyak memberikan saran-saran yang mendukung dalam penulisan skripsi sehingga mampu menyelesaikan skripsi tepat waktu.
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku dosen wali yang telah meluangkan banyak waktunya dan memberikan arahan selama saya kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses perkuliahan dan penulisan tugas akhir skripsi.

5. Seluruh konsumen Silol Kopi & Eatery yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden dalam penulisan skripsi.

©UKDW

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen pemasaran	9
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	10
2.1.3 Kualitas pelayanan	13
2.1.4 Produk	16
2.1.5 Persepsi Harga	20
2.1.6 Lokasi	23
2.2 Penelitian terdahulu	25
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	27
2.4 HIPOTESIS PENELITIAN	27
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Data	28

3.1.1 Data Primer	28
3.1.2 Data Sekunder	29
3.2 Pengumpulan Data.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel	30
3.3 Defenisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	30
3.3.1 Defenisi Operasional Variabel	30
3.3.2 Pengukuran variable.....	32
3.4 Metode analisis data	33
3.4.1 Uji Validitas	34
3.4.2 Uji Reliabilitas	35
3.4.3 Analisis Deskriptif.....	36
3.4.4 Analisis Linier Berganda.....	37
3.4.5 Koefisien Determinasi.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Objek Penelitian.....	41
4.2 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas	44
4.2.3 Analisis Deskriptif.....	45
4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.5 Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.3 Pembahasan.....	57
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	57
4.3.2 Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
4.3.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.3.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62
4.3.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Persepsi Harga dan Lokasi, terhadap Kepuasan Konsumen.....	63
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
4.3 Keterbatasan penelitian.....	65
4.4 Saran	66
4.4.5 saran bagi perusahaan.....	66
4.4.6 saran bagi penelitian selanjutnya	66

DAFTAR PUSTAKA 68
Lampiran 70

©UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4.1 Uji Validitas	43
Tabel 4.2. Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4 Usia	46
Tabel 4.5 Pekerjaan	47
Tabel 4.7 Pendidikan.....	48
Tabel 4.6 Pengeluaran	49
Tabel 4.8 Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	52
Tabel 4.10 Uji F	55
Tabel 4.11 Uji t.....	57

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.2 Kerangka Berpikir27

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Ijin Penelitian.....	70
Tabel r	71
Kuisisioner penelitian	72
Profil Responden.....	73
Data Responden	74
Hasil Uji Profil Responden	79
Hasil Uji Validitas.....	80
Hasil Uji Reliabilitas	81
Hasil Uji koefisien Determinasi	84
Hasil Uji t (anova).....	85
Hasil Uji F.....	85

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SILOL
KOPI & EATERY**

Oleh:

Efrin Ermelinda Juita

Nim: 11150097

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan teknik incidental. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1). Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2). Variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3). Variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4). Variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (5). Variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah 0,682 yang berarti variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi dapat menjelaskan kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta sebesar 68% dan sisanya 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Persepsi Harga, lokasi, Kepuasan Pelanggan.

**ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY, PRODUCT, PRICE
PERCEPTION AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION IN
SILOL KOPI & EATERY**

By :

Efrin Ermelinda Juita

Nim. 11150097

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of some variables that is service quality, product, price and location perceptions on Silol Coffee & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction. This study uses 100 respondent and retrieval of data using incidental sampling technique. The hypothesis that proposed in this study is: (1) Service quality variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (2) Product variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (3) Price perception variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (4) Location variables partially have a significant effect on customer satisfaction, and (5) The variables that is service quality, product, price perception, and location simultaneously have an effect on customer satisfaction.

The data in this study analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that the independent variables, that is service quality, product, price perceptions and location partially have a significant effect on customer satisfaction and also simultaneously have a significant effect too on Silol Kopi & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0.682 which means that service quality, product, price and location perceptions can explain the Silol Kopi & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction about 68% and the rest, that is about 32%, have influenced by other variables that does not mentioned in this study.

Keywords: service quality, product, price perception, location, customer satisfaction.

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRODUK, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SILOL
KOPI & EATERY**

Oleh:

Efrin Ermelinda Juita

Nim: 11150097

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Data yang dianalisis berjumlah 100 orang responden, pengambilan data dengan menggunakan teknik incidental. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: (1). Variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (2). Variabel produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3). Variabel persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (4). Variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan (5). Variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Data pada penelitian ini dianalisis dengan menggunakan alat regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Koefisien determinasi (*adjusted R square*) adalah 0,682 yang berarti variabel kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi dapat menjelaskan kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta sebesar 68% dan sisanya 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Produk, Persepsi Harga, lokasi, Kepuasan Pelanggan.

**ANALYSIS OF THE SERVICE QUALITY, PRODUCT, PRICE
PERCEPTION AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION IN
SILOL KOPI & EATERY**

By :

Efrin Ermelinda Juita

Nim. 11150097

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of some variables that is service quality, product, price and location perceptions on Silol Coffee & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction. This study uses 100 respondent and retrieval of data using incidental sampling technique. The hypothesis that proposed in this study is: (1) Service quality variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (2) Product variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (3) Price perception variables partially have a significant effect on customer satisfaction, (4) Location variables partially have a significant effect on customer satisfaction, and (5) The variables that is service quality, product, price perception, and location simultaneously have an effect on customer satisfaction.

The data in this study analyzed by multiple linear regression analysis. The results showed that the independent variables, that is service quality, product, price perceptions and location partially have a significant effect on customer satisfaction and also simultaneously have a significant effect too on Silol Kopi & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction. The coefficient of determination (adjusted R square) is 0.682 which means that service quality, product, price and location perceptions can explain the Silol Kopi & Eatery Yogyakarta's customer satisfaction about 68% and the rest, that is about 32%, have influenced by other variables that does not mentioned in this study.

Keywords: service quality, product, price perception, location, customer satisfaction.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Yogyakarta merupakan kota istimewa yang sangat kental dengan adat dan budayanya. Selain kental dengan adat dan budaya, Yogyakarta juga terkenal dengan kulinernya. Karena keistimewaannya Yogyakarta menggiring banyak orang untuk datang dan tinggal di Yogyakarta. Hal ini membuka peluang bagi pelaku bisnis untuk menciptakan ide-ide kreatif dalam membuat usaha.

Usaha yang pesat di Yogyakarta saat ini adalah cafe dan kedai kopi. walaupun awalnya kemunculan bisnis kuliner berkonsep cafe dianggap asing karena terkesan mewah dan harga mahal. Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat dapat menerimanya. Cafe dan kedai kopi di Yogyakarta diantaranya: warung kopi up normal, semesta cafe, prada coffee, cafe break, legend coffee dll. Cafe di atas memiliki karakteristik yang berbeda-beda mulai dari interior bangunan, lokasi usaha, dan konsep cafe yang berbeda-beda. pelayanan dan fasilitas cafe yang memuaskan konsumen tersebut telah membuat konsumen menjadikannya tempat yang nyaman bagi semua kalangan mulai dari kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, hingga orang tua. Banyaknya bermunculan cafe baru, cafe yang tidak kuat akan mudah bangkrut dari pesaingnya. Dengan banyaknya alternative varian cafe mengakibatkan konsumen lebih selektif dalam memilih cafe mana yang akan mereka kunjungi.

Kepuasan pelanggan merupakan komponen nilai yang pokok yang menggerakkan setiap perusahaan untuk sukses. Setiap perusahaan harus berlomba untuk menghasilkan produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini membuat konsumen dihadapkan pada banyak pilihan yang disediakan produsen. Situasi tersebut menyebabkan terjadinya persaingan antara produsen terutama ketika produk yang ditawarkan sejenis, karena itu diperlukan usaha-usaha pemasaran dalam usaha mencapai keunggulan kompetitif dan perkembangan perusahaan melalui konsep pemasaran yang berorientasi kepada konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009:19), “Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Dalam mengunjungi cafe, konsumen tidak hanya mencari produk saja berupa makanan dan minuman, tetapi menginginkan pengalaman yang berbeda. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai penilaian konsumen dalam jasa cafe seperti: produk, harga, pelayanan, fasilitas, dan lokasi.

Pelayanan menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Pelayanan yang maksimal tidak hanya membuat konsumen merasa nyaman tetapi juga bisa mendorong konsumen untuk kembali lagi. Moenir (2010) mengatakan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan

landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Kualitas pelayanan menjadi bagian yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan konsumen karena konsumen akan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima. Menurut Fandy Tjiptono (2014:268) definisi “Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”.

Konsumen dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan produsen dari beberapa aspek yaitu: pelayanan yang cepat dan tanggap sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen, karyawan memperlakukan konsumen dengan sopan dan ramah, perlakuan ini juga dapat menentukan baik tidaknya mood konsumen, karyawan juga harus mendengarkan keluhan dan komplain dari konsumen serta harus mampu memberikan solusi yang terbaik. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, produk juga menjadi faktor pemenuhan kepuasan konsumen. Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain,

bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Produk didefinisikan oleh Kotler dan Amstrong (2014:248) sebagai berikut: A product as anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need. Arti dari definisi tersebut adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Produk dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Meskipun terbilang baru namun silol kopi & eatery ini ramai dikunjungi pelanggan. Silol merupakan cafe yang cocok bagi penikmat kopi maupun bagi orang yang hanya ingin nongkrong dan menikmati suasana cafe. Kafe ini menyajikan berbagai varian menu, mulai dari tradisional hingga modern. Tersedia aneka macam kopi yang diroasting sendiri oleh Silol. Tersedia aneka menu makanan tradisional hingga modern seperti Rawon, Soto, Sop hingga Steak. Silol juga menyediakan aneka menu minuman mulai dari minuman tradisional seperti Wedang hingga modern seperti Juice dll. Kualitas produk juga merupakan hal yang sangat dinilai pelanggan, karena ketika produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan apalagi berkaitan dengan rasa pada makanan dan minuman maka akan membuat pelanggan ingin kembali mencobanya.

Persepsi harga juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Persepsi harga adalah kecenderungan konsumen untuk menggunakan harga dalam memberi penilaian tentang kualitas produk. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Konsumen akan dengan mudah membandingkan kualitas produk dengan harga yang ditawarkan, keterjangkauan harga akan dilirik konsumen. Ada konsumen yang menyukai produk dengan harga yang relative murah namun ada juga konsumen yang merasa tidak keberatan dengan harga produk yang mahal. Konsumen akan membandingkan harga antar pesaing dan pelanggan akan terkesan ketika kualitas produk yang diperoleh sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Silol kopi & eatry adalah salah satu café yang hampir setiap hari ramai dikunjungi masyarakat. Letaknya yang strategis di pusat kota yaitu di Jalan Suroto no. 7 Kotabaru, Gondokusuman, Yogyakarta dan didirikan pada bulan februari 2017. Letaknya yang strategis karena berada di tengah kota membuat café ini mudah dijangkau dan di akses. Pengunjung dapat dengan mudah berkunjung menggunakan grab, dan gojek maupun kendaraan pribadi karena silol terletak di jalan utama. Silol juga dapat di akses menggunakan Trans Jogja karena lokasinya dekat dengan halte Trans Jogja. Lokasi usaha yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan kebutuhannya. Oleh karena itu, perusahaan harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang strategis. Fleksibilitas sebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana sebuah jasa mampu bereaksi terhadap situasi

perekonomian yang berubah. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran.

Betapa pentingnya usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan oleh perbedaan kebutuhan dan keinginan setiap konsumen. Oleh karena itu diperlukan pemahaman atas kepuasan dan keinginan konsumen oleh pengusaha jasa kafe untuk mengoptimalkan kinerja dalam rangka mencapai kepuasan konsumen yang mendekati harapan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan silol kopi & eatery?
2. Apakah produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Silol Kopi & eatery?
3. Apakah persepsi harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan silol kopi & eatery?
4. Apakah lokasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan silol kopi & eatery?
5. Apakah kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Silol kopi & eatery?

1.3 Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan silol kopi & eatery.
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap kepuasan pelanggan Silol kopi & eatery.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan silol kopi & eatery.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan silol kopi & eatery.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Silol kopi & eatery.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman penulis sehingga penulis dapat memahami pengaruh kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Silol kopi & eatry

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan bagi silol untuk menentukan strategi pemasaran kedepannya.

3. Bagi Universitas Kristen Duta Wacana

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi dunia pendidikan dan bagi peneliti lainnya.

1.5 Batasan penelitian

1. Lokasi penelitian ini dilakukan di Silol kopi & eatry.

2. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Silol kopi & eatry.
3. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - a. Variabel dependen (Y) = kepuasan pelanggan
 - b. Variabel independen (X) =
 - X1 = kualitas pelayanan
 - X2 = produk
 - X3 = persepsi harga
 - X4 = lokasi

© UKDW

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah diatas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta
2. Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.
3. Persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.
4. Kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.

5.2 Keterbatasan penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Beberapa keterbatasan tersebut sebagai berikut

1. Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu: kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi. Sementara masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.

2. Sampel dan Populasi dalam penelitian ini sangat terbatas dimana dalam penelitian ini hanya menggunakan responden yaitu sebanyak 100 orang responden yang sudah pernah berkunjung ke Silol Kopi & Eatery Yogyakarta.

5.3 Saran

5.3.1 saran bagi perusahaan

1. Silol Kopi & Eatery Yogyakarta harus tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada setiap pelanggan agar pelanggan tetap akan merasa puas.
2. Silol Kopi & Eatery Yogyakarta harus tetap menyediakan produk yang bervariasi dan membuat pelanggan berkesan agar pelanggan tetap akan merasa puas.
3. Silol Kopi & Eatery Yogyakarta harus tetap memberikan harga terjangkau dan sesuai harapan pelanggan agar pelanggan tetap akan merasa puas.
4. Silol Kopi & Eatery Yogyakarta harus tetap memiliki lokasi yang strategis yang mudah dijangkau agar pelanggan tetap akan merasa puas.

5.3.2 saran bagi penelitian selanjutnya

1. Variabel independen dalam penelitian ini terbatas yaitu: kualitas pelayanan, produk, persepsi harga dan lokasi. Oleh karena itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan.

2. Jumlah sampel dalam penelitian ini hanya berjumlah 100 oleh karena itu bagi penelitian selanjutnya harus lebih memperbanyak jumlah sampel agar hasil penelitian lebih mendekati dengan kondisi yang sebenarnya.

©UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha. 2008. Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2), yogyakarta: Penerbit Liberty-Yogyakarta
- Buchari Alma. 2011. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Firdiyansyah Indra. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam. Vol. 1 No.1.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, (2012), Principles of Marketing, 15th Edition, Pearson Education Limited.
- Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 2000, Marketing Management. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa: Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan keller, 2012. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Gary Amstrong 2012 Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Lee, Simon; Abdou Illia., Lawson-Body, Assion. 2011. Perceived Price of Dynamic Pricing. Journal of Industrial Management & Data System, 111

(4).

Moenir, A.S. 2010. Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.

Mullins, John W. Orville, C. Walker, Jr. Jean, Claude, Larreche. and Harper, W, Boyd. 2005. Marketing Management: a Strategic Decision Making approach, Fift Edition. Newyork: The mc graw – Hill companies.

Rahayu Elly.2018.Pengaruh lokasi, kelengkapan produk,dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Iman Market Kisaran. Journal of Science and Social Research. I (1): 7 – 12

Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Salemba Empat, 2008.

SB. Handayani & M. Taufik. 2017. Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan Yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas & Kualitas Pelayanan. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi. No. 43 / Th. XXIV.

Setyo Edwin Purnomo.2017. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis. Volume 1, Nomor 6.

Siregar, Syofian. 2014. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Sugiyono. 2005. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

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

Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra. 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta , ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Yogyakarta: Andi.

(<https://gudeg.net/direktori/7803/silol-kopi-&-eatery.html> di akses 17 April 2019)