

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

DONI PARTAWJAYA TURNIP

11160151

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

2021

HALAMAN PENGAJUAN

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 :

DONI PARTAWIJAYA TURNIP

NIM : 11160151

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Doni Partawijaya Turnip
NIM : 11160151
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, SUASANA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO 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 : 07 Februari 2022

Yang menyatakan


(Doni Partawijaya Turnip)
NIM.11160151

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA SUASANA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA”

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

DONI PARTAWIJAYA TURNIP

11160151

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 (06 Januari 2022)

Nama Dosen

Tanda Tangan

Lucia Nurbani Kartika, S.Pd.,MM

(Ketua Tim Penguji/Dosen Penguji)

Drs. Purnawan Hardianto, M.Ec,Dev

(Dosen Penguji)

Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Dosen Penguji/Dosen Pembimbing)

Yogyakarta, 04 Februari 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnisketua

Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, M. Si.

Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D.

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA”**. Yang telah saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat guna menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, bukan merupakan hasil tiruan maupun duplikasi dari karya pihak lain di perguruan tinggi atau instansi manapun. Terkecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat pada jurnal ini).

Apabila dikemudian hari didapati hasil bahwa skripsi ini adalah hasil plagiatisme atau tiruan dari karya lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta 10 Desember 2021


Doni Partawijaya Turnip

DUTA WACANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul :

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA”.

Tujuan penulisan Skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam penyusunan skripsi ini pastinya mengalami berbagai hambatan dan rintangan namun karena adanya bantuan seperti masukan, nasihat dan motivasi yang diberikan oleh berbagai pihak sehingga dapat membantu serta memperlancar penyusunan skripsi ini. Maka dari itu dalam kesempatan ini, penulis dengan tulus mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran, SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kaprodi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Dosen Pembimbing saya Dra. Purwani Retno Andalas, MM yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam menyusun skripsi. Terimakasih atas segala bantuan, ilmu, masukan, motivasi dan kesabaran ibu dalam membantu penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc., yang telah membantu penulis dalam melakukan pengolahan data skripsi.

5. Kepada staff dan admin perpustakaan UKDW yang telah membantu saya dalam melakukan Turnitin skripsi.

6. Kedua orang tua saya atas dukungan kasih setianya, dukungan moral, doa-doa dan jerih payahnya dalam setiap tetesan keringat untuk membantu saya hingga bisa sampai pada fase ini dan menghadapi fase-fase yang akan datang.
7. Saudara/I saya dan sahabat-sahabat saya yang sudah memberikan support baik secara langsung dan tidak langsung untuk menyelesaikan skripsi saya.
8. Semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan sebaik – baiknya.

Yogyakarta, 2 Desember 2021


Doni Partawijaya Turnip



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.2 Kualitas Produk.....	8
2.1.3 Persepsi Harga.....	10
2.1.4 Suasana Toko.....	11
2.1.5 Kualitas Layanan.....	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Teori.....	16
2.4 Hipotesis Penelitian.....	17
2.4.1 Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.2 Hubungan Antara Persepsi Harga Dengan Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.3 Hubungan Antara Suasana Dengan Kepuasan Konsumen.....	19
2.4.4 Hubungan Antara Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen.....	19
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Data.....	21

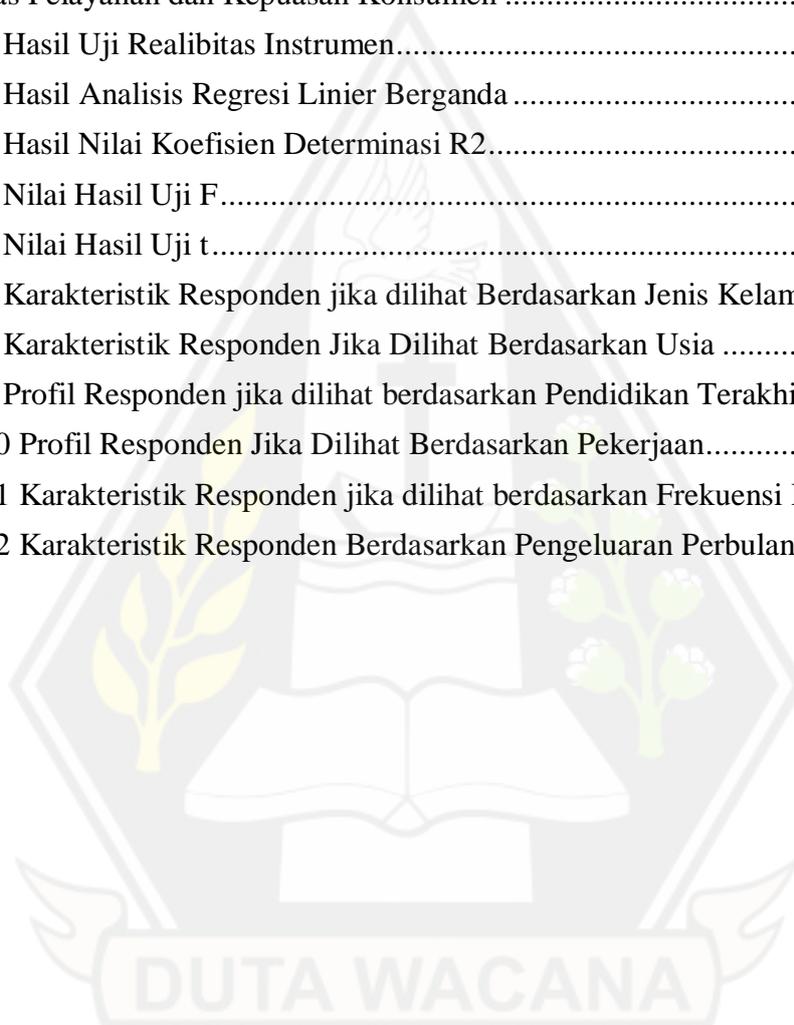
3.1.1	Sumber Data.....	21
3.2	Metode Pengumpulan Data	22
3.3	Populasi dan Sampel	23
3.3.1	Populasi.....	23
3.3.2	Sampel.....	23
3.4	Defenisi Operasional Variabel.....	24
3.5	Pengukuran Variabel.....	26
3.6	Metode Analisis Data.....	27
3.7	Uji Statistik.....	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	28
3.7.3	Uji Regresi Linear Berganda.....	29
3.8	Uji Hipotesis	30
3.8.1	Uji Koefisien Determinasi R ²	30
3.8.2	Uji Simultan(F).....	30
3.8.3	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (uji t)	32
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian.....	35
4.1.1	Hasil Uji Validitas	35
4.1.2	Hasil Uji Realibiulitas Instrumen	35
4.2	Hasil Uji Hipotesis.....	37
4.2.1	Analisis Regresi Linear Berganda	37
4.2.2	Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	39
4.2.3	Hasil Uji Signifikansi Simultan (ujiF)	40
4.2.4	Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (uji t)	41
4.3	Profil Responden.....	42
4.3.1	Karakteristik Responden	43
4.4	Pembahasan	47
4.4.1	Pengaruh Dari Variabel Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. 48	
4.4.2	Pengaruh Dari Variabel Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. 48	
4.4.3	Pengaruh Variabel Suasana Terhadap Kepuasan Konsumen.....	49
4.4.4	Pengaruh Dari Variabel Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	50
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	52

5.1 Kesimpulan.....	52
5.1.1 Profil Konsumen.....	52
5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3 Saran.....	54
5.3.1 Bagi Perusahaan	54
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	60



DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Defensi Operaional Variabel	25
Tabel 3. 2 Pengukuran Variabel.....	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga, Suasana Café, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	34
Tabel 4. 2 Hasil Uji Realibitas Instrumen.....	36
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	37
Tabel 4. 4 Hasil Nilai Koefisien Determinasi R ²	39
Tabel 4. 5 Nilai Hasil Uji F.....	40
Tabel 4. 6 Nilai Hasil Uji t.....	41
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden jika dilihat Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Jika Dilihat Berdasarkan Usia	43
Tabel 4. 9 Profil Responden jika dilihat berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4. 10 Profil Responden Jika Dilihat Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4. 11 Karakteristik Responden jika dilihat berdasarkan Frekuensi Kunjungan	45
Tabel 4. 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulanya	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian.....	16
--------------------------------------	----



LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESONER PENELITIAN	60
Lampiran 2 Data Rekap Responden	65
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	82



ABSTRAK
**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA,
SUASANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA”**

DONI PARTAWIJAYA TURNIP

11160151

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universita Kristen Duta Wacana

Email: doniturnip425@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, suasana dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Ampirano Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini variabel penelitian terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, suasana dan kualitas sedangkan variabel terikat adalah kepuasan konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Kopi Ampirano Yogyakarta. Penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, yaitu mereka yang pernah atau sedang berkunjung di Kopi Ampirano Yogyakarta dalam 3 (tiga) bulan terakhir. Sedangkan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 (seratus) responden.

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,677 (67,7%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi sebesar 0,677 (67,7%) dan variabel independen 32,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model regresi. Melalui uji regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (*quality product*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Ampirano Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Persepsi harga (*price perception*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Ampirano Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini ditolak. Suasana café (*café atmosphere*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Ampirano Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima. Kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kopi Ampirano Yogyakarta secara parsial, dengan demikian hipotesis penelitian ini diterima.

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

ABSTRACT
**“THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE PERCEPTION,
ATMOSPHERE AND SERVICE QUALITY ON CONSUMER
SATISFACTION IN AMPIRONO COFFEE YOGYAKARTA”**

DONI PARTAWIJAYA TURNIP

11160151

*Management Study Program, Faculty of Business
Duta Wacana Christian University*

Email: doniturnip425@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price perception, atmosphere and service quality on customer satisfaction at Ampirono Coffee Yogyakarta. This research is a quantitative research. In this study, the research variables were divided into two, namely the independent and dependent variables. The independent variables in this study are product quality, price perception, atmosphere and service quality while the dependent variable is customer satisfaction.

The population in this study were consumers in the shade Café Yogyakarta. Determination of the sample using non-probability sampling method, with purposive sampling technique, namely those who have been or are visiting Ampirono Coffee Yogyakarta in the last 3 (three) months. While the sample in this study were 100 (one hundred) respondents.

The result of: data analysis that has been done shows that the coefficient of determination (R^2) is 0.677 (67,7%). This shows that the dependent variable is influenced by 0.677 (67,7%) and the other 32,3% independent variables are influenced by other factors outside the regression model. Through multiple linear regression test, it can be concluded that, product quality has a partially significant effect on customer satisfaction partially at Ampirono Coffee Yogyakarta, so this research hypothesis is accepted. Price perception has no significant effect on customer satisfaction partially at Ampirono Coffee Yogyakarta, thus, this research hypothesis is rejected. Atmosphere has a significant effect on customer satisfaction at Ampirono Coffee Yogyakarta partially, thus this research hypothesis is accepted. Service quality has a significant effect on customer satisfaction at Ampirono Coffee Yogyakarta partially, thus this research hypothesis is accepted.

Keywords: Product Quality, Price Perception, Atmosphere, Service Quality, Customer Satisfaction

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Suatu perkembangan dari dunia usaha yang saat ini berkembang pesat, sehingga barang serta jasa yang terus bertumbuh memberikan keunggulan serta ciri khas dari tiap produk serta suatu jasa. Oleh karena itu, pembeli memiliki beragam ketentuan tiap mengenakan suatu barang serta jasa dari pihak yang disediakan penjual. Namun bagi penjual, tentu ini sebagai peringatan sebab tingginya produk mengenai suatu barang serta jasa ditawarkan oleh penjual, menyebabkan semakin ketat dalam usaha bisnis yang dijalankan. Contoh dari sebuah persaingan dalam dunia bisnis kerap diunggulkan yaitu mengenai sebuah restoran dan sebuah industri dari kopi. Hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya usaha baru dan banyaknya usaha yang sudah berdiri sejak lama, masing-masing usaha memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

Kejadian pandemic *covid-19* pada saat ini berdampak besar pada proses transaksi jual beli sehingga menyebabkan pendapatan operator turun tajam bahkan mengalami kerugian yang sangat besar. Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar juga terkenal dengan budaya dan pariwisatanya, serta tidak terlepas dari dampak pandemi Covid-19 saat ini. Kebijakan pemerintah yang mewajibkan masyarakat untuk bekerja dari rumah, dan karena kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mewajibkan setiap kampus untuk melakukan kuliah daring untuk mengantisipasi peningkatan penyebaran virus, maka dari itu jumlah mahasiswa yang ingin melanjutkan kegiatan belajar di kota

Yogyakarta mengalami penurunan. Hal ini berdampak sangat besar terhadap penurunan bisnis di Yogyakarta, khususnya pada industri kuliner.

Kopi Ampirono merupakan salah satu dari usaha wisata kuliner di Jogja, dari usaha yang terdampak pandemi. Penurunan jumlah konsumen dan pengunjung menyebabkan penjualan produk-produk yang ditawarkan Kopi Ampirono akan sangat merugikan. Kopi Ampirono sendiri adalah usaha kuliner yang menyediakan sajian utama kopi Ampirono yang merupakan kopi khas kawasan perbukitan Menoreh. Untuk menu makanan, Kopi Ampirono menyediakan menu masakan yang khas desa seperti sayur brongkos, sayur ketela, sop sayur dan sayur lodeh. Sedangkan lauknya seperti telur dadar, tahu tempe, bacem, ayam goreng, dan lainnya. Untuk jenis menu minuman di sini juga tergolong banyak seperti wedang jeruk, wedang teh, wedang jahe, teh bunga rosella, soda gebira dan soda campur. Untuk memudahkan pengunjung dan konsumen, pihak pengelola juga sudah menyediakan berbagai fasilitas umum seperti mushola, wifi gratis, lahan parkir yang luas, kamar mandi dan yang tidak kalah menarik ada beberapa spot foto selfi yang kekinian. Tidak sekedar menu kopi dan berbagai makanan lezat, pengunjung akan disajikan hamparan panorama persawahan yang asri, sehingga menciptakan perpaduan yang sempurna antara menyeruput segelas kopi, menyantapp makanan lezat di iringi suasana pedesaan dan pemandangan sawah yang asri. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Kopi Ampirono adalah harga dari menu makanan dan minuman lainnya sangat terjangkau untuk konsumen.

Seiring berjalannya waktu dengan kondisi pandemic yang melanda Yogyakarta dan penyebaran virus yang sudah mulai menurun Pemerintah daerah telah memutuskan untuk membuka kembali tempat-tempat wisata, tempat-tempat

umum dan tempat-tempat lain yang sebelumnya ditutup sementara untuk mengakomodasi gaya hidup baru atau norma baru bagi masyarakat, serta mewajibkan warga untuk selalu mengikuti aturan protocol mulai dari mengenakan masker, mencuci tangan dengan sabun atau *hand sanitizier* serta penerapan *social distancing*.

Menurut Assauri dalam Arumsari (2012:45) kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Saat memilih suatu produk untuk dibeli, konsumen biasanya mempertimbangkan kualitas produk yang ingin mereka pilih beserta harga yang akan dibayar konsumen.

Selain itu Samsul Ramli (2013 : 51), mengemukakan bahwa harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk dan bukan indikator pasti dalam menunjukkan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk. Bagi konsumen, harga merupakan bentuk suatu faktor yang dipertimbangkan dalam membuat keputusan untuk membeli produk yang diinginkan. Jika pembeli menganggap harga yang ditawarkan sesuai, mereka akan memilih produk.

Selanjutnya menurut pemaparan dari Utami, 2006: 238 mengenai suasana toko atau atmosfer yaitu bentuk dari desain terkait lingkungan seperti adanya komunikasi visual, penerangan, warna, musik, serta wewangian untuk mengembangkan respons suatu emosional serta adanya persepsi dari pelanggan yang memengaruhi suatu keputusan dari pembelian saat menentukan lokasi.

Adapun kualitas layanan yaitu bagaimana pelanggan mempersepsikan mengenai suatu barang ataupun terkait layanan. Tentunya pelanggan bisa melihat

serta menilai suatu kualitas dari layanan yang diberikan dan terpikir didalam benak para konsumen. Menurut Kotler (2002:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Hal-hal tersebut diatas merupakan sesuatu yang penting bagi sebuah usaha, termasuk restoran, karena sangat menentukan keberlanjutan kegiatan usaha tersebut.

Memperhatikan uraian diatas, maka penelitian ini penulis lakukan dengan judul yaitu **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, SUASANA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI AMPIRONO YOGYAKARTA”**

1.2 Rumusan Masalah

Mengenai hal diatas, perumusan yang dilakukan oleh peneliti berikut ini :

1. Apakah kualitas produk kopi ampirono Yogyakarta memberikan pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen?
2. Apakah harga yang dipersepsikan konsumen kopi ampirono Yogyakarta berpengaruh signifikan kepada kepuasan?
3. Apakah suasana kopi ampirono Yogyakarta memberikan pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen?
4. Apakah kualitas layanan pada kopi ampirono Yogyakarta memberikan pengaruh signifikan kepada kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan ini, peneliti menetapkan tujuan berikut:

1. Agar dapat mengetahui mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada kopi ampirono Yogyakarta.
2. Agar dapat mengetahui pengaruh tentang persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada kopi ampirono Yogyakarta.
3. Agar dapat mengetahui mengenai pengaruh suasana terhadap kepuasan konsumen pada kopi ampirono Yogyakarta.
4. Agar dapat mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada kopi ampirono Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

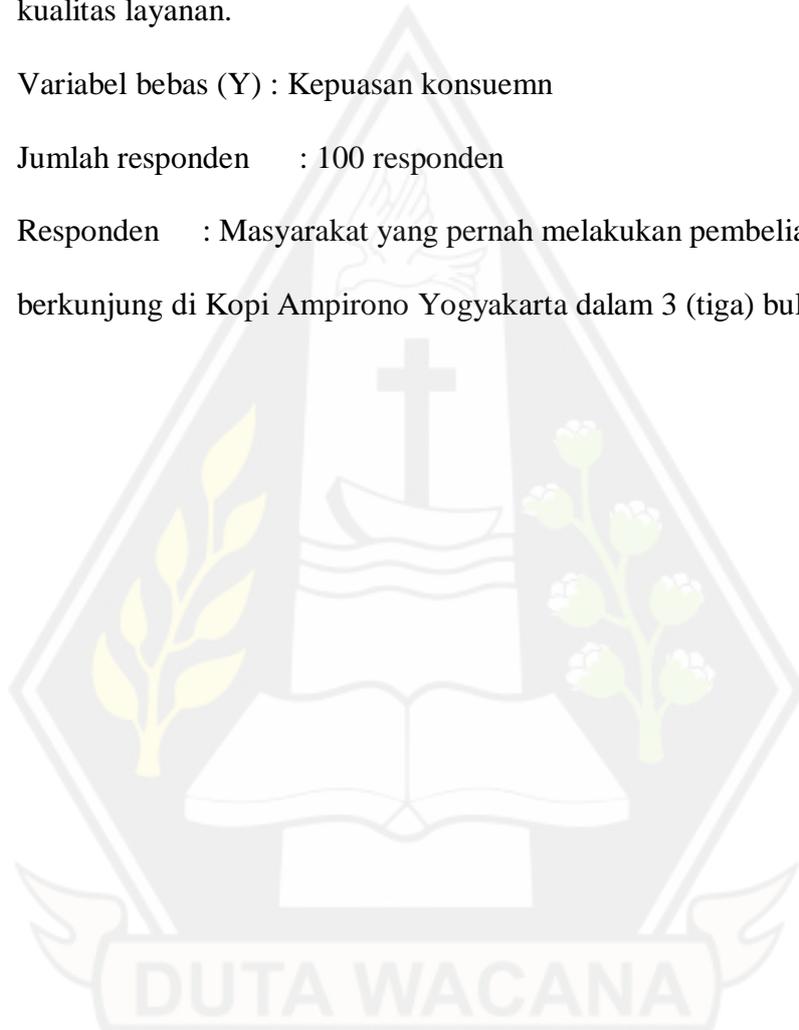
Penelitian ini diharapkan bisa memberi manfaat yaitu:

1. Untuk mahasiswa berdasarkan penelitian tersebut bisa dijadikan acuan dalam melakukan suatu peneliti kedepannya.
2. Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat memberi informasi yang dapat dirujuk oleh Kopi Ampirono Yogyakarta ketika memutuskan strategi pemasaran.
3. Untuk penulis penelitian ini berfungsi untuk acuan dalam referensi yang tentunya bisa mendapat tambahan ilmu ataupun teori yang didapat dalam kegiatan studi di perguruan tinggi sehingga dapat membantu penulis untuk lebih memahaminya, terutama saat menulis artikel ilmiah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk memastikan bahwa focus terhadap suatu penelitian tidak luas, maka peneliti pun membatasi seperti yang ada dibawah ini;

1. Tempat yang di teliti : Kopi Ampirono Jl. Raya Kalighesing, Tileng, Pendoworejo, Girimuglio, Kabupaten Lontin Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta 55674
2. Waktu penelitian : April – Juni 2021
3. Variabel independen (X) : Kualitas produk, persepsi harga, suasana dan kualitas layanan.
4. Variabel bebas (Y) : Kepuasan konsumenn
5. Jumlah responden : 100 responden
6. Responden : Masyarakat yang pernah melakukan pembelian produk dan berkunjung di Kopi Ampirono Yogyakarta dalam 3 (tiga) bulan terakhir.



BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan beberapa penganalisisan data pada penelitian ini yang membahas tentang pengaruh dari kualitas produk, persepsi harga, suasana, serta kualitas layanan terhadap terkait kepuasan konsumen yang ada pada Ampirono Coffee Yogyakarta, maka peneliti mencapai kesimpulan dan rekomendasi sebagai berikut:

5.1.1 Profil Konsumen

Pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan berdasarkan data 100 Responden yang Berkunjung ke Kopi Ampirono Yogyakarta di antaranya pengunjung pria yang dominan, responden pada kelompok umur dengan pendidikan terkini >19-24 tahun ke atas, dan mayoritas responden didominasi oleh SMA/SMK. Berdasarkan kelompok, jumlah siswa paling banyak, frekuensi kunjungan adalah 1 hingga 5 kali, dan pengeluaran bulanan adalah 2 juta > 3 juta paling banyak.

5.1.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Peneliti menarik kesimpulan yang dilandaskan analisis regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

- a. Kualitas produk yang ada pada Kopi Ampirono Yogyakarta memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hasil akhir pengujian ini mendukung hipotesis penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi harga dari Kopi Ampirono Yogyakartas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan

pelanggan di Kopi Ampirono Yogyakarta, maka hipotesis penelitian ini ditolak.

- c. Suasana yang ada pada Kopi Ampirono Yogyakarta sangat memikat dan menarik perhatian pengunjung yang tidak lain pemandangan hamparan sawah yang luas dan perbukitan dan nuansa pedesaan adalah daya tarik paling kuat untuk kepuasan pengunjung. Suasana memberikan berpengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan konsumen Kopi Ampirono, yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa suasana adalah variabel yang memiliki nilai t terendah dan $standardized$ beta tertinggi. Oleh karena itu, hasil pengujian ini mendukung hipotesis penelitian bahwa suasana berpengaruh terkait kepuasan konsumen.
- d. Kualitas layanan dari Kopi Ampirono Yogyakarta memiliki pengaruh signifikan terkait kepuasan pelanggan di Kopi Ampirono Yogyakarta, maka kesimpulan hasil pengujian ini mendukung hipotesis penelitian bahwasanya kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Berhubung penelitian yang dilakukan oleh peneliti hanya sebatas di satu objek yaitu Kopi Ampirono Yogyakarta dengan menggunakan 100 responden yang telah berkunjung ke Kopi Ampirono Yogyakarta, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat berlaku umum bagi kedai kopi lainnya.
- b. Dalam penelitian ini, ketika peneliti mengisi kuesioner hanya dengan cara pengisian kuesioner yang disebarluaskan secara daring melalui *Google Form*, tingkat ketepatan dan keseriusan responden tidak dapat

diketahui, dan jika responden memiliki pertanyaan tentang isi kuesioner, peneliti tidak dapat menjawab secara langsung dan secara rinci.

- c. Dalam penelitian ini, responden kurang merepresentasikan populasi, karena responden didominasi mahasiswa dan pelajar.

5.3 Saran

Setelah melakukan beberapa proses penelitian, peneliti memberikan beberapa saran:

5.3.1 Bagi Perusahaan

Setiap penelitian tentunya mempunyai saran yang terkait dengan objek penelitian, oleh karena itu peneliti telah menyiapkan beberapa saran yang berkaitan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, suasana dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Kopi Ampirono Yogyakarta, antara lain:

- a. Berkaitan dengan kualitas produk

Terkait dengan kesimpulan yang sudah diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pihak Kopi Ampirono Yogyakarta disarankan untuk tetap mempertahankan penyajian hidangan termasuk makan serta minuman yang segar, bersih dan berkualitas tentunya harus tetap menjadi perhatian untuk dapat terus meningkatkan kepuasan konsumen sehingga berdampak kepada loyalitas konsumen nantinya. Penyajian makanan rumahan merupakan salah satu keunikan dari kopi ampirono yang harus tetap dilakukan berkelanjutan dikarenakan hal tersebut membuktikan bahwa Kopi Ampirono bukan hanya tempat untuk kaum muda melainkan untuk semua kalangan sehingga hal tersebut dapat meningkatkan jumlah konsumen yang akan datang.

b. Keterkaitan dengan suasana

Suasana Ampirono Coffee Yogyakarta menjadi salah satu faktor penting yang dikunjungi konsumen di sini. Kopi Ampirono dikelilingi oleh hamparan sawah dan pemandangan perbukitan yang indah membuat banyak konsumen tertarik untuk datang, selain untuk membeli produk, mereka juga ingin mengabadikan moment dan mebagikannya di sosial media yang mereka. Hal tersebut tentu membantu Kopi Ampirono dalam mempromosikan perusahaan mereka. Saran dari peneliti dalam kaitan suasana adalah pihak Kopi Ampirono agar tetap mempertahankan kebersihan untuk membuat konsumen nyaman saat berkunjung, kualitas pencahayaan dan audio musik harus tetap dilakukan pengecekan rutin untuk tetap menjaga setiap orang yang berkunjung dengan nyaman. Meningat situasi Indonesia masih dalam menghadapi pandemi *Covid-19*, Pihak Kopi Ampirono tetap selalu mengingatkan untuk setiap orang yang berkunjung untuk menaati protokol kesehatan.

c. Keterkaitan dengan kualitas layanan

Kopi Ampirono Yogyakarta telah memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima oleh pengunjung sehingga layanan yang ada pada Kopi Ampirono sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, terbukti semakin tinggi kualitas maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah harus tetap dipertahakan Kopi Ampirono Yogyakarta dengan tujuan membuat konsumen merasa aman dan nyaman saat berkunjung. Para pegawai juga diharapkan cekatan dalam menanggapi pesanan maupun keluhan dari konsumen

untuk meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mereka berniat untuk berkunjung kembali ataupun ikut mempromosikan Kopi Ampirano ke lingkungan mereka.

5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian berikutnya, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk meningkatkan tentang penelitian yang akan datang, antara lain:

1. Kepada penelitian yang akan datang, disarankan untuk menggunakan berbagai metode penelitian, seperti melakukan wawancara langsung agar responden dapat memperoleh data yang lebih lengkap dan akurat.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan yang lebih baik kepada respondennya dalam menyebarkan kuesioner, sehingga kedepannya diharapkan dapat memperoleh lebih banyak informasi terkait penelitiannya.
3. Kepada penelitian yang selanjutnya, diharapkan dapat menemukan variabel baru yang mempengaruhi kepuasan pelanggan guna mengetahui dan memperluas factor-faktor yang mungkin bisa mengetahui lebih dalam kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandra, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas pada Rumah Makan Lalapan Bu Kadir Ambulu* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).
- Anggia, T. R., Kawet, L., & Ogi, I. (2015). *Analisis pengaruh strategi promosi, harga, dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen surat kabar manado post*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Astuti, F., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2019). *Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang jl.Brigjen Katamso, Manajemen Dewantara* 3(1), 151-160.
- EFFENDI, E. N. M. *Analisis Pengaruh Harga, dan Pembangunan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mebel UD.Kartini Jepara Nganjuk*.
- Hamdani, N. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Express Jakarta*. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(2), 090-096.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2017). *Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala*. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 64-74.
- HARYADI, M. R., & Suryana, H. P. (2018). *Pengaruh Suasana Toko Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Le Delice Cafe And Bakery Bandung* (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung).
- Jayusman, H., Khotimah, S., & Pratama, M. T. (2019). *Analisis Pengaruh Suasana Hotel dan Lokasi Terhadap Minat Menginap di Hotel Diana Pangkalan Bun*. *Magenta*, 7(1), 23-30.

- Kristianti, T., & Rivai, A. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warunk Upnormal Semarang*.
- Maimuna, M. A., Rachma, N., & Rizal, M. (2020). *Pengaruh Harga, Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Kasus Pada Konsumen Toko Handmadeshoesby Cabang. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(02)*.
- Meidiansyah, M. Y., Rachma, N., & Rahman, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Metro Media Lombok (Studi Kasus Pada Pelanggan Metro Media Lombok Di Lombok). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(19)*.
- Novianty, R. (2018). *Pengaruh kualitas makanan, suasana, dan harga terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas di restoran all you can eat Tangerang (Doctoral dissertation)*.
- Rahman, A. F., Widarko, A., & ABS, M. K. (2020). *Analisis Pengaruh Product Quality, Price, dan Promotion terhadap Purchase Intention Mobil (Studi pada Konsumen di Showroom SAM Mobil Sumenep). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(19)*.
- Ramli, S. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visimedia.
- Rinova, D., & Meilani, F. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Susu Sapi Murni Bandar Lampung. Sosialita, 11(1)*.
- SHOLIHAN, I. A. (2020). *Pengaruh Suasana Café dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Café Nganjuk. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 8(1)*.
- Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Kelima Belas*. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfa Beta
- Sutisna. 2001. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya".
- Sutisna. 2001. "*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*". Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta60
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Raja Oci Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1).
- Usti, Y. M. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toserba Terbit Kuningan (Survey pada Konsumen Toserba Terbit Kuningan)*. *Indonesian Journal of Strategic Management*, 1(1).
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).