

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
PADA KAFE GRIYO NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen



OLEH :
NINDY KURNIA SARI
NPM : 19.1.02.02.0011

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh:

NINDY KURNIA SARI

NPM: 19.1.02.02.0011

Judul:

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK,
PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
PADA KAFE GRIYO NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 12 Juli 2023

Dosen Pembimbing I,



Dr. Sri Aliami, M.M.
NIDN. 0716086403

Dosen Pembimbing II,



Poniran Yudho L., M.M.
NIDN. 074047306

Skripsi oleh:

NINDY KURNIA SARI
NPM: 19.1.02.02.0011

Judul:

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI KUALITAS
PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
PADA KAFE GRIYO NGANJUK**

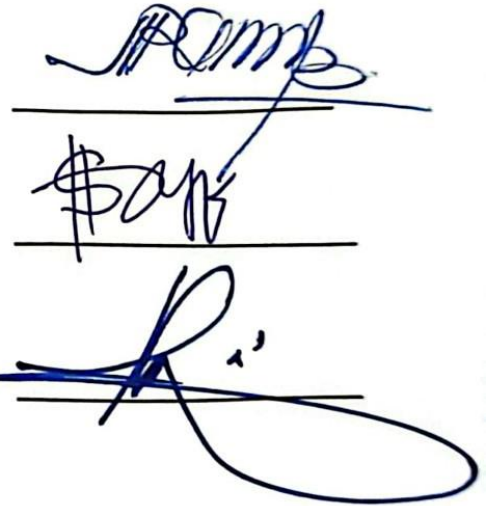
Telah dipertahankan di Depan Panitia Ujian/Sidang
Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
UNP Kediri

Pada tanggal: 18 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr.Sri Aliami,M.M
2. Penguji I : Susi Damayanti, S.PD., M.M.
3. Penguji II : Poniran Yudho L, M.M



Mengetahui Dekan FEB,

Dr.Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Nindy Kurnia Sari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri/9 September 1999
NPM : 19.1.02.02.0011
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Progam Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 18 Juli 2023

Yang Menyatakan,



NINDY KURNIA SARI
NPM: 19.1.02.02.0011

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Kita pasti merasa sangat lelah untuk bisa sampai dititik ini dan juga banyak air mata yang mengalir tanpa orang ketahui. Jangan lupa untuk berterima kasih kepada diri sendiri karena sudah kuat dan bertahan sampai sejauh ini. Ketika melewati sebuah fase kehilangan, kepiluan, patah, kesedihan, dan apapun itu yang membuat lara. Nikmati prosesnya, *keep moving on* 😊😊😊

Ku persembahkan karya ini buat :

Orang tua terkasih ,keluarga, teman-teman saya tercinta
dan kepada calon suamiku

ABSTRAK

Nindy Kurnia Sari: “Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan di Kafe Griyo Nganjuk”, Skripsi, Manajemen, FEB, UNP Kediri, 2023.

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

Penelitian ini dilatar belakangi dalam upaya memenuhi kebutuhan kuliner minuman berupa kopi. Konsumen berharap mendapatkan kualitas produk yang sesuai dengan selera cita rasa dengan harga terjangkau disertai dengan layanan yang maksimal untuk mencapai kepuasan. Di sisi lain perusahaan berusaha merancang dan menerapkan strategi yang tepat terutama terkait dengan bauran pemasaran maupun konsep pemberian layanan kepada konsumen saat menikmati produk yang ditawarkan agar mampu memenangkan persaingan terutama untuk bisnis Kafe. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis : (1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk. (2) Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Griyo Nganjuk. (3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk dan (4) Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan kausal (sebab akibat). Populasi dalam penelitian ini yakni seluruh konsumen yang membeli pada Kafe Griyo Nganjuk. Sampel penelitian berjumlah 40 responden dengan teknik penentuan accident sampling. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang telah memenuhi uji validitas dan reabilitas, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang telah memenuhi uji asumsi klasik dengan *software SPSS windows* versi 23. Hasil dari penelitian ini diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y=4,176+0,181X_1+0,623X_2+-,148X_3$ nilai α 4,176 yang artinya semua variabel bebas yaitu kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan memiliki hubungan positif terhadap variabel terikat kepuasan konsumen. Regresi X_1 0,181, regresi X_2 0,623, regresi X_3 -0,148. Maka semua variabel bebas naik satu peningkatan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kesimpulan penelitian ini membuktikan apabila: (1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Griyo Nganjuk. Hal ini memberi arti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Kafe Griyo Nganjuk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. (4) Kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Pada Kafe Griyo Nganjuk” ini ditulis guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Kepala Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr.Sri Aliami, M.M selaku dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi dengan sabar
5. Poniran Yudho L.,M.M, selaku dosen pembimbing kedua yang telah dengan penuh ketelitian dan kesungguhan serta memberikan kesempatan secara intensif dalam proses konsultasi.

6. Bapak Dicky pemilik Kafe Griyo Nganjuk, yang telah memberikan izin sebagai objek penelitian.
7. Rekan-rekan dan sahabat yang telah memberikan masukan dan saran yang membantu proses pembuatan skripsi skripsi.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini

Disadari bahwa dalam penyusunan skripsi skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat pembaca.

Kediri, 12 Juli 2023


Ukuran gambar 100x100px

Nindy Kurnia Sari
NPM. 19.1.02.02.0011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian.....	13
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Teori	14
1. Kepuasan konsumen	14
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	14
b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	15
c. Indikator Kepuasan Konsumen.....	17
2. Kualitas Produk	17
a. Pengertian Kualitas Produk	17
b. Dimensi Kualitas Produk.....	18
c. Faktor yang mempengaruhi kualitas produk.....	19
d. Indikator Kualitas Produk	21
3. Harga.....	22
a. Pengertian Harga.....	22
b. Metode Penetapan Harga.....	23

	c. Indikator Harga	24
	4. Kualitas Pelayanan	25
	a. Pengertian Pelayanan.....	25
	b. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	27
	c. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	28
	d. Indikator Kualitas Pelayanan	29
	B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	31
	C. Kerangka Berpikir	33
	D. Kerangka Konseptual	36
	E. Hipotesis.....	37
BAB III	: METODOLOGI PENELITIAN	38
	A. Variabel Penelitian	38
	1. Identifikasi Variabel Penelitian	38
	2. Definisi Operasional Variabel	39
	B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	44
	1. Pendekatan Penelitian	44
	2. Teknik Penelitian	45
	C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	45
	1. Tempat Penelitian.....	46
	2. Waktu Penelitian	46
	D. Populasi dan Sampel	46
	1. Populasi Penelitian	47
	2. Sampel Penelitian.....	47
	E. Instrumen Penelitian.....	47
	1. Pengembangan Instrumen.....	47
	2. Validitas dan Reabilitas Instrumen	51
	F. Sumber dan Teknik Pengumpulan data.....	55
	G. Teknik Analisis Data	59
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
	A. Gambaran Umum objek penelitian.....	67
	B. Deskripsi Data Variabel	74
	1. Deskripsi Karakteristik Reponden	74
	2. Deskripsi Data Variabel Penelitian	76
	C. Analisis Data	86
	1. Uji Asumsi Klasik	86
	2. Analisis Regresi Linier Berganda	90
	D. Pengujian Hipotesis.....	92
	E. Pembahasan	96
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN	97
	A. Simpulan	97
	B. Saran.....	99

Daftar Pustaka.....	101
Lampiran- Lampiran	97

DAFTAR TABEL

1.1	Daftar usaha coffeshop di Nganjuk	3
2.1	Penelitian Terdahulu	31
3.2	Skala Likert Pertanyaan Tertutup	48
3.2	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	49
3.3	Hasil Uji Validitas	53
3.5	Hasil Uji Reliabilitas.....	55
3.6	Lembar Observasi.....	58
3.7	Lembar Angket	59
4.1	Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	75
4.2	Hasil Responden Berdasarkan Usia	76
4.3	Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen.....	77
4.4	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk	78
4.5	Tanggapan Responden Variabel Persepsi Harga	82
4.6	Tanggapan Responden Variabel Kualitas Pelayanan	84
4.7	Hasil Uji Multikolinearitas	87
4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....	88
4.9	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	90
4.10	Hasil Uji t (parsial) Variabel Kualitas Produk.....	86
4.11	Hasil Uji t (parsial) Variabel Persepsi Harga.....	87
4.12	Hasil Uji t (parsial) Variabel Kualitas Pelayanan.....	88
4.13	Hasil Uji F	89
4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	90

DAFTAR GAMBAR

2.1	Kerangka Konseptual	36
3.1	Tangkapan layar denah lokasi Kafe Griyo	46
4.1.a	Suasana Kafe Griyo.....	68
4.2.b	Suasana Kafe Griyo	68
4.3.c	Suasana Kafe Griyo.....	68
4.4.a	Menu Kafe Griyo	69
4.5.b	Menu Kafe Griyo	69
4.6	Logo Kafe Griyo	71
4.7	Struktur Organisasi Kafe Griyo	73
4.8	Hasil Uji Normalitas	87
4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
4.10	Hasil Kurva <i>Probability Plot</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

1: Kuesioner Penelitian	98
2: Output SPSS Uji Validitas Kepuasan Konsumen	104
3: Output SPSS Uji Realiabilitas Kepuasan Konsumen	105
4: Output SPSS Uji Validitas Kualitas Produk.....	105
5: Output SPSS Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	107
6: Output SPSS Uji Persepsi Harga.....	108
7: Output SPSS Uji Persepsi Harga.....	108
8: Output SPSS Uji Validitas Kualitas Pelayanan	109
9: Output SPSS Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	110
10: Output SPSS Uji Koefisien Determinasi	110
11: Output SPSS Uji F	110
14: Output SPSS Uji T, Uji dan Uji Multikorelasi.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis sangat pesat dan mengalami perubahan dinamis. Bisnis menjadi salah satu alternatif masyarakat untuk mendapatkan keuntungan dan memenuhi kelayakan hidup. Realita ini mendorong banyaknya persaingan sehingga muncul adanya resiko-resiko yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku bisnis. Sebuah inovasi dan ide ide strategi perlu dipikirkan oleh pelaku bisnis untuk ketahanan dan keberlangsungan usaha yang dimiliki. Selain ketatnya persaingan dalam dunia bisnis yang bervariasi, banyak bermunculan bisnis dengan konsep yang sama dengan skala yang berbeda juga memunculkan adanya ancaman.

Bisnis dapat berbentuk perseorangan atau kelompok-kelompok sesuai dengan peluang usaha, baik di bidang pertanian, perindustrian, transportasi, pariwisata, teknologi, usaha informal, perdagangan maupun jasa. Kafe merupakan salah satu bentuk usaha yang membantu pertumbuhan ekonomi kreatif melalui partisipasi aktif. Sebagai konsekuensinya jumlah kafe di berbagai daerah mengalami pertumbuhan pesat. Pada umumnya pelaku usaha ini memulai bisnis dengan modal yang terbatas, tapi memiliki harapan mendapatkan keuntungan besar.

Kafe didefinisikan menurut Kumrotin & Susanti (2021), merupakan tempat seseorang untuk menghabiskan waktu bersama dengan teman atau keluarga. Kafe masa kini mengutamakan suasana hiburan, kenyamanan, dan

rileks bagi konsumen, sehingga tempat duduk yang disediakan lebih nyaman dengan alunan musik yang menyenangkan untuk didengar serta menampilkan nuansa bervariasi. Kafe, dibangun disekitar lokasi tempat tinggal baik di area perkotaan maupun di pinggiran kota bahkan di lereng pegunungan yang memiliki udara sejuk dan segar. Dengan adanya usaha ini masyarakat mengalami perubahan perilaku untuk menikmati sajian minuman siap saji sebagai gaya hidup modern. Untuk itu, para pemilik dan pihak pengelola usaha bersungguh-sungguh dalam menciptakan kreatifitas yang berkategori inovatif dalam praktik bisnisnya. *Lay out* ruang, asesoris dan dekorasi disesuaikan dengan berbagai momen, agar lebih *instagrammable* atau untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan. Pemilik Kafe juga berusaha *men-update* menu yang ditawarkan dalam katalogus, untuk memberikan pengalaman unik dibandingkan dengan Kafe lain di daerah tersebut. Bahkan dengan harga bersaing serta memberikan kualitas layanan yang maksimal. Keberadaan kedai kopi sekarang ini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Terlebih lagi masyarakat di kawasan Nganjuk sudah melekat dengan budaya minum kopi. Kopi menjadi menu minuman yang disukai berbagai kalangan sebagai pelengkap aktivitas sehari-hari. Pelaku bisnis memanfaatkan peluang kepopuleran kedai kopi dengan berbagai strategi agar sukses memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan konsumen secara totalitas.

Saat ini di daerah Nganjuk telah banyak berdiri warung-warung kopi mulai dari kafe jalanan hingga berkelas. Salah satu contoh kafe yang

berkonsep kedai jalanan di Nganjuk yaitu Kafe Griyo yang didirikan pada tahun 2022. Kafe ini beralamatkan di Jalan Raya Tegaron Prambon Kabupaten Nganjuk. Letak kedai ini dapat dikatakan cukup strategis dan mudah dijangkau. Target konsumennya yaitu para karyawan dan masyarakat yang berada di sekitar lokasi usaha. Kafe Griyo menawarkan konsep berupa *streetbar* dan cenderung menonjolkan nuansa luar ruangan yang berada dipinggir jalan. Konsep ini menjadikan suasana yang santai dan akrab bagi konsumennya serta menyajikan pemandangan lalu lalang kendaraan.

Persaingan bisnis kedai kopi di Nganjuk sangat ketat. Hal ini terjadi karena banyaknya usaha kedai kopi bermunculan. Beberapa daftar kedai kopi/ usaha *coffeshop* di Nganjuk meliputi :

Tabel 1.1 Daftar Usaha *Coffeshop* di Nganjuk

No.	Nama Usaha	Lokasi Usaha
1.	Merdeka Kafe	Jalan Merdeka No. 17 Mengundikaran Nganjuk.
2 .	Kopi Kangen Nganjuk	Jalan Yos Sudarso No.16 Payaman Nganjuk.
3.	Omah Nganjuk Kafe	Jalan HOS Cokroaminoto No.18 Kauman Nganjuk.
4.	Cops Kafe	Jalan Kartini No.23 Mangundikaran Nganjuk.
5.	Kopi Soe Nganjuk	Payaman Nganjuk
6.	<i>Coffeesix</i>	Jalan Abdul Rahman Saleh III No. 5 Kauman Nganjuk
7.	Harmony <i>Food And Coffee</i>	Jalan Gatot Subroto Dipan Barat Tanjunganom Nganjuk.
8.	Waroeng Seduhan	Jalan Kartini No. 5 Mangundikaran Nganjuk
9.	Barelo <i>Café</i> And Resto	Jalan Ahmad Yani No.346 Ploso Nganjuk
10.	Belikopi Nganjuk	Jalan Veteran No. 77A Ganung Kidul Nganjuk.
11.	De'Container <i>Café And Resto</i>	Jalan Megantoro No.35 Ganung Kidul Nganjuk
12.	Esteh Indonesia Kebun Nganjuk	Jalan Yos Sudarso No. 27 Payaman Nganjuk,
13.	Orens <i>Coffee</i>	Jalan Supriyadi No. 19 Mangun Dikaran Nganjuk.
14.	Selaras Nganjuk	Gang Duku Warujayeng Tanjung Anom Nganjuk

Dilanjutkan ke halaman 4

Lanjutan halaman 3

15.	<i>M.y Café</i>	Jalan Barito Mangundikaran Nganjuk
16.	Jen.deral Cafe	Jalan Kartini No. 21 Mangundikaran Nganjuk
17.	Sam.cir Reborn	Ploso Nganjuk
18.	<i>Café Fameliza</i>	Dsn. Sumurpandan Kuniran Jeker Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk.
19.	<i>Café Jowo</i>	Jalan KH. Wachid Hasyim No. 42 Kauman Nganjuk.
20.	Kedai Seruni	Jalan Diponegoro I No.87 Mangundikaran Kec. Nganjuk Kab Nganjuk
21.	Lavenia <i>Cafe</i> Cangkrukan Seduluran	Koripan Kampungbaru Tanjung Anom Nganjuk
22.	NIKI <i>Coffee</i> 45	Jalan Gubernur Suryo RT.03 RW.02 Kauman Kec. Nganjuk Kab. Nganjuk
23.	CODER <i>Coffee</i>	Jalan Merdeka No. 26 Mangundikaran Nganjuk
24.	Kopi Janji Jiwa	Jalan Ahmad Yani No. 3 Mangundikaran Nganjuk
25.	Metro <i>Café</i>	Jalan Gatot Subroto No.89 Kauman Kecamatan Nganjuk.
26.	Warung Ceda	Jalan Jaksa Agung Suprpto No. 24 Kauman Nganjuk.
27.	Oppa Davin <i>Café</i> & <i>Eatery</i>	Jalan Merdeka No. 6 Mangundikaran Nganjuk.
28.	NGAFEIN (<i>Coffee And Eatery</i>)	Jalan Lurah Surodarmo Bogo Kidul Nganjuk.
29.	AON Caffee .	Jalan Panglima Sudirman Mangundiakaran Nganjuk
30.	The Djademan Coffee And Milk	Jalan Barito No. 38 Mangundikaran Nganjuk

Sumber: <https://mytrip123.com/cafe-di-nganjuk/>

Pada tabel 1.1 di atas, menunjukkan di area Nganjuk terdapat sejumlah 30 kafe yang memiliki karakteristik satu level. Sebagian besar berada di kawasan Mangundikaran dan sekitarnya. Setiap kafe menjadikan minuman kopi sebagai menu utama, sedangkan jenis minuman lain diposisikan sebagai menu pelengkap disertai dengan menu makanan ringan.

Tim manajemen pada kafe Griyo, termotivasi lebih serius untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif terutama pada kualitas

produk, rancangan penentuan harga, dan peningkatan kualitas pelayanan secara prima. Mengingat, tuntutan para pelaku kopi diantaranya yakni menyediakan produk-produk berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021). Seorang pelaku bisnis dapat mengembangkan produk yang bermanfaat dan inovatif yang sesuai dengan harapan konsumen dan tuntutan pasar sehingga konsumen terdorong untuk melakukan pembelian pada saat yang tepat.

Saat observasi awal dan wawancara tidak terstruktur dengan pemilik kafe, karyawan, dan beberapa konsumen, peneliti mempersepsikan apabila pemilik kafe dalam membangun kepercayaan, juga mempertimbangkan atribut produk, tarif harga setiap menu, *store atmosphere*, dan proses aktualisasi layanan. Sebagian besar konsumen datang kembali dan konsumen terkesan pada menu yang ditawarkan, kualitas pelayanan para karyawan, dan proses pembayaran dengan memberikan *bill* (catatan tagihan harga) yang kemudian bisa dibayarkan ke kasir menjadi sensasi di kafe Griyo Nganjuk. Namun, terdapat beberapa informasi dari konsumen yang ditunjukkan kepada pemilik dan pengelola kafe diantaranya yakni tentang: (1) Kualitas produk, terutama dalam pemilihan biji kopi memerlukan ketelitian terkait dengan penentuan kualitas biji, masa atau batas kadaluwarsa biji dalam penyimpanan, varian biji kopi yang dikoleksi disesuaikan dengan selera konsumen atau yang paling diminati, dan perlu adanya uji ramu ulang agar cita rasa yang dihasilkan mampu memenuhi kebutuhan yang diharapkan konsumen. (2) Harga, untuk harga produk berdasarkan menu varian biji kopi yang tertera pada katalogus berharap ada tinjauan ulang jika dibandingkan dengan kafe-kafe yang lain. Konsumen cukup sensitif dalam menilai besar-kecilnya porsi dan cita

rasa yang dinikmati saat mengeluarkan *cost* tertentu dalam pembelian. Selain itu, juga termasuk dalam penentuan harga pada jenis menu makanan ringan jika memungkinkan untuk disesuaikan kembali. Mengingat, persepsi mahal atau murahnya suatu harga setiap konsumen berbeda, bergantung dari pengalaman individu yang didasari ragam selera, lingkungan, dan kondisi keuangan pribadi atau daya beli konsumen. (3) Untuk kualitas layanan, beberapa konsumen yang menikmati kopi dengan santai di lokasi merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kafe Griyo. Namun, ada juga konsumen yang merasakan jika pada aspek keramahan masih kurang “*Show Out*” secara prima. Misal, karyawan saat mengantarkan pesanan hanya sekadar menyerahkan saja tanpa menanyakan kekurangan pesannya apa atau pemanis dalam komunikasi saat melayani dengan mengucapkan selamat menikmati. Barista kedai kopi juga perlu memiliki wawasan tambahan tentang varian biji kopi sehingga ketika konsumen ingin tahu informasi tentang varian biji kopi dapat mendeskripsikan terutama keunggulannya.

Berdasarkan dari paparan di atas, pada prinsipnya baik kualitas produk, harga, maupun kualitas layanan yang diberikan oleh pebisnis kafe harus bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengelola bisa menumbuhkan kepercayaan, kenyamanan secara fisik maupun psikis, adaptif dengan daya beli terjangkau. Selain itu, harus memberikan respon secara atraktif dalam memberikan layanan sehingga berdampak pada kesetiaan pelanggan saat sudah memperoleh kepuasan.

Kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari kesan atas kinerja dan harapan. Konsumen akan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi dari apa yang

diharapkan para konsumen. Konsumen saat merasa puas terhadap barang ataupun jasa yang diberikan, kemungkinan besar akan membeli ulang dari para penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, pebisnis yang dapat memuaskan para konsumen akan meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang. Kepuasan konsumen dinyatakan juga sebagai ungkapan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan Kotler & Keller (2018:138). Kepuasan konsumen dapat terbentuk atau dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah kualitas produk atau barang- barang yang diberikan pada pelanggan dalam proses penyerahan jasa, kualitas jasa, persepsi atas harga, serta faktor situasional dan personal Daryanto&Setyobudi (2014:53-54). Sedangkan menurut Indrasari (2019:87-88) dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama dan harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu: kualitas produk, kualitas layanan, emosional, harga, dan biaya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Arianto & Difa (2020), kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam memenuhi tercapainya kualitas produk yang sesuai dengan keinginan maka diperlukan adanya standar kualitas. Dengan adanya standar kualitas akan mendorong terjaganya produk dari kegagalan atau cacat sehingga produk yang dihasilkan memenuhi standar untuk didistribusikan. Dengan kualitas yang bagus dan sesuai dengan standarnya akan mendorong konsumen tetap percaya untuk membeli

produk. Penelitian yang dilakukan oleh Umami (2019) tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu *Coffe Cafe*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain kualitas produk, persepsi harga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga merupakan jumlah nominal yang dipertimbangkan dengan barang yang dibutuhkan untuk menghasilkan beberapa kombinasi termasuk dari produknya sendiri dan juga pelayanan sebagai pelengkap. Rustiawan (2022). Harga menjadi suatu hal yang dapat dikendalikan oleh pelaku bisnis dan berkaitan dengan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen dengan harga yang telah ditentukan. Harga yang ditentukan dengan bebas dapat ditentukan oleh penjual, namun jika harga yang ditentukan tidak dipertimbangkan dengan kesesuaian kualitas dan target pasarnya maka juga akan memberikan resiko. Penelitian yang dilakukan oleh Idris dkk (2019) tentang “Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, *Perceived Value* dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Tanjung Sebauk”. Penelitian ini membuktikan apabila harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen. Menurut Ibrahim & Thawil (2019), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang baik berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan meskipun suatu hal yang tidak berwujud namun dapat dirasakan dan bisa dianggap sensitif oleh seseorang. Pemberian pelayanan dapat

memberikan gambaran kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi konsumen untuk merasa puas atau tidak dari suatu interaksi yang telah terjadi. Sesuai dengan konsep kepuasan, konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi asumsi yang diharapkan konsumen maka konsumen akan merasa puas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Umami (2019) tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai warsu *coffe cafe*. Juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap faktor kepuasan konsumen.

Ketiga pembentuk kepuasan konsumen di atas belum tentu semua pebisnis bisa memenuhi. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis atau kafe belum dipromosikan sesuai dengan target pasar. Dipercaya dan disukai oleh konsumen, bukanlah hal yang mudah didapat, karena persaingan usaha terutama makanan cepat saji yang semakin ketat dengan mengandalkan kiat usaha para pelaku bisnis agar laku di pasaran. Segmentasi pada bisnis ini apabila ditinjau dari aspek demografi usia, jenis kelamin, tingkat ekonomi dan pendidikan menjadi pertimbangan untuk mengonsumsi minuman kopi. Secara logika konsumen saat datang ke kafe berharap mendapatkan rasa puas, baik ditinjau dari kualitas produk (minuman/makanan), harga, dan pelayanan.

Dengan demikian, kafe Griyo Nganjuk tentunya diharapkan mengetahui data empiris tentang kepuasan konsumen baik ditinjau dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Sejak tahun berdirinya kafe ini, tidak pernah sepi pelanggan. Oleh karena itu, kafe ini tidak terspesifikasi secara khusus pada satu generasi saja.

Konsumen yang datang bisa juga dari orang-orang yang memiliki pendapatan berbeda-beda. Konsumennya, diantaranya adalah orang yang gemar melakukan wisata kuliner terutama pecinta kopi.

Berdasarkan uraian dan kajian beberapa penelitian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan pada Kafe Griyo Nganjuk”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk minuman kopi pada umumnya sangat ditentukan oleh kesesuaian cita rasa yang disajikan dibandingkan dengan keinginan dan kebutuhan penikmatnya. Sedangkan selera seseorang terhadap secangkir kopi sangat bervariasi sesuai dengan pengalaman yang ditargetkan oleh setiap individu dalam pola konsumsi sehari-hari. Untuk itu, masalah awal pada penelitian terkait dengan kualitas produk kopi yang dijual oleh kafe Griyo berdasarkan observasi prapenelitian yakni masih belum maksimal terutama dalam menyajikan minuman kopi yang memiliki kesesuaian penampilan, porsi, dan cita rasa. Sedangkan untuk warna, bentuk, temperatur, tekstur, tingkat kematangan, dan aroma sudah dirasakan baik.

2. Pengusaha saat melakukan penentuan harga cenderung tanpa melalui proses perhitungan secara detail sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan penentuan laba yang diharapkan. Sebagai dampaknya terjadi harga produk terlalu mahal menurut segmentasi pasar tertentu.
3. Kualitas pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada setiap konsumen. Pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen harus ramah dan tepat waktu. Pada realitanya banyak kafe yang belum menerapkan layanan prima pada saat berinteraksi dengan konsumen, terutama pada aspek keramahan dan tata komunikasi saat penyajian.
4. Kepuasan konsumen merupakan target utama dari sebuah kafe. Namun demikian, cukup banyak kafe belum berusaha menciptakan dan meningkatkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Tidak jarang pula konsumen menyampaikan komplain disebabkan baik dari aspek bauran pemasaran maupun proses dan sistem pelayanan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, di atas untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada masalah faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk (mengacu pada minuman kopi), harga, dan kualitas pelayanan. Objek yang diteliti adalah para

konsumen melakukan pembelian di Kafe Griyo Nganjuk. Periode penelitian dilakukan pada tahun 2023.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang sudah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan suatu masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk?
3. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan pada Kafe Griyo Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kafe Griyo Nganjuk.
2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk.

4. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kafe Griyo Nganjuk

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoretis

- a. Sebagai sumbangan pemikiran ilmu ekonomi khususnya dalam bidang pemasaran dan sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah bauran pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran dan mempertajam kemampuan pengamatan dan penganalisisan terhadap fenomena dalam dunia bisnis.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan masukan bagi para wirausahawan dalam upaya kegiatan pemasaran. Dalam hal ini memberikan pengetahuan tentang kualitas produk yang menarik, harga yang tidak terlalu mahal, dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, I. G. P. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. 5(September 2019).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Arikunto, Suharsimi. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Cet. 15)*. Jakarta: Rineka Cipta
- Basuki, K (2019). Tingkat Kepuasan Pengemudi terhadap sistem komis jasa angkut taksi. ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) *Jurnal Online Internasional & Nasional* Vol. 7 No.1, Januari-Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689-1699
- Baum, Feigen A.V. 2012. *Kendali Mutu Terpadu. (Alih Bahasa : Hidayana Kandah Jaya)* Edisi Ketiga, Jakarta : Erlangga
- Boone, Louis E. dan Kurtz, D. L. (2017). *Pengantar Binis Kontemporer*, buku 1. Jakarta: Salemba Empat
- Chandra, F. T. dan G. (2012). *Service, Quality Satisfaction* (A. Offset (ed.)).
- Chandra, T., & Priyono P. (2017). *The Influence of Leadership Styles, Work Environment and Job Satisfaction Of Employee Performsnce-Studies in the School of SMPN 10 Surabaya*. *International Education Studies*, 9(1)
- Daryanto&Setyobudi. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Gava Media).
- Ghozali, Imam, (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Idris Ansyari, Kusasi Firmansyah, Iranita, I. (2019). 1, 2, 3. Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Tanjung Sebauk, 1–18.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Kotler, Keller (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo
- Johns and Howard (1998). *Customer Expectation versus perception of service performance in the food industry*. International Journal of Service Industry Management 9, no 3 : 248-256
- Kotler, Philip, D. K. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip, and Lane Keller (2017). *Marketing Manajemen, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga. Jakarta
- Lupiyoadi. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Philip, D. K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2 Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gery. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Edisi duabelas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education,Inc.
- Kuncoro, M. (2007). *Metode Kuantitatif:Teori dan aplikasi untuk bisnis dan ekonomi*. UPP STIM YKPN.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo. *Manajemen Indonesia*, 6(1), 1–14.
- Muafa, I. W. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jne di Merauke. *Musamus Journal of Business & Management*, 1 (1), 32-46.
- Oliver, R. . (2019). *A Behavioral Perspective on the Consumer*.
- Rustiawan, R. K. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (*Survei Pada Perusahaan Smooth Cheese Tea Tasikmalaya*) *Jempper*, 1(3), 1–6.
- Sari, S. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harha, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue XYZ Di Jakarta. 103–111.
- Satrini, (2018). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan jasa pengiriman barang jalur nugraha ekakurir (jne) cabang jambi. *Ekonomi*
- Sinaga, A., Sihombing, S., & Sitanggang, D. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas

- Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffenatics Medan. 6, 119–144.
- Sudaryanto, C. W., & Astuti, S. R. T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kinerja Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan (*ABANKIRENK*. 6, 1–10.
- Sugiyono. (2018). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Metode Penelitian Kuantitatif, 53 (9), 1689-1699
- Suparno Saputra, R. Y. S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Grand Setiabudi Hotel& Apartment. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 9(2), 21–31
- Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 14(2), 1–15.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Jasa* (Prinsip, Penerapan dan penelitian). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Umami, R. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kedai warsu coffe cafe. 250–257.
- Widodo, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Café (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). In *Manajemen Tools* (Vol. 13, Issue 1).