

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA
WILAYAH KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna

memperoleh gelas sarjana Manajemen

pada program studi manajemen



OLEH :

OCI ARISTA

NPM : 18.1.02.02.0152

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh :

OCI ARISTA

NPM : 18.1.02.02.0152


Judul :

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA WILAYAH
KOTA SURABAYA**


Telah disetujui untuk diajukan kepada
panitia ujian/Skripsi program studi manajemen
fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal 04 juli 2022

Pembimbing 1


Dr. Ichwannudin, M.M
NIDN. 0723105703

Pembimbing 2


Hery Purnomo, S.E., M.M.
NIDN. 0713076803

Skripsi oleh :

OCI ARISTA

NPM : 18.1.02.02.0152

Judul :

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN AN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA
SURABAYA WILAYAH KOTA SURABAYA**

Telah di pertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 19 JULI 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Ichsanudin, M.M.
2. Penguji I : Diah Ayu Septi Fauzi, M.M.
3. Penguji II : Hery Purnomo, S.E., M.M.

Mengetahui,
Dekan FEB ,

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : OCI ARISTA
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tgl.lahir : Nganjuk, 07 Oktober 1999
NPM : 18.1.02.02.0152
Fak : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa di 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, 19 JULI 2022

Yang menyatakan

OCI ARISTA
NPM : 18.1.02.02.0152

Motto :

“Kamu seharusnya tidak menyerah terhadap apapun yang terjadi padamu.

Maksudku,

Kamu seharusnya menggunakan apapun yang terjadi padamu sebagai alat

Untuk naik, bukan turun.”

(OCI ARISTA)

Karya ini kupersembahkan untuk :

Semua keluarga yang aku sayangi, serta orang-orang baik disekitar saya

ABSTRAK

OCI ARISTA : ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA WILAYAH KOTA SURABAYA, Skripsi, Manajemen, FEB, Kediri 2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi harga terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Noesa Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian *survey* dengan rancangan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Kopi Noesa Surabaya. Sampel penelitian ini adalah sebagai konsumen Kopi Noesa Surabaya di Kota Surabaya yang berjumlah 170 orang. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan Reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini dengan taraf signifikansi 5% menemukan bahwa kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KATA PENGANTAR

Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT Tuhan semesta alam yang karunia Nya selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada kita semua.

Atas rahmat Allah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **"ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI NOESA WILAYAH KOTA SURABAYA"** Skripsi ini tersusun sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam penyusunan Skripsi ini penulis mengalami banyak kesulitan, namun dengan support dan bantuan dari berbagai pihak, kesulitan tersebut dapat diatasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan meski masih jauh dari kesempurnaan

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, petunjuk dan doa serta semangat. Ucapan terimakasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.P.d. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Vii

3. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bapak Dr. Ichsanudin, M.Mselaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Hery Purnomo, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh pegawai/barista yang sudah banyak membantu dan membimbing Penulis dengan baik dan sabar.
7. Kedua Orang tua Penulis yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik dukungan moral atau material bagi Penulis.

Harapan penyusun semoga Skripsi ini akan memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi mahasiswa jurusan Manajemen pada umumnya. Penyusun menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga penyusun mengharap saran dan kritik yang nantinya sangat diperlukan untuk penyempurnaan Seminar

Manajemen. Kediri,

OCI ARISTA
NPM 18.1.02.02.0152

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	4
Motto :.....	5
ABSTRAK.....	6
KATA PENGANTAR	7
DAFTAR ISI.....	9
Daftar Tabel	11
Daftar Gambar.....	12
BAB 1 PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang	13
B. Identifikasi Masalah	22
C. Batasan Masalah.....	23
D. Rumusan Masalah	23
E. Tujuan Penelitian	24
F. Manfaat Penelitian	24
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Kualitas Produk.....	Error! Bookmark not defined.
3. Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
4. Harga.....	Error! Bookmark not defined.
B. Kajian penelitian terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan , dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
D. Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
E. Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Definisi Operasional Variabel	Error! Bookmark not defined.
C. Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.
H. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
B. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V simpulan dan Saran	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.

Daftar Tabel

TABEL 1. 1 Daftar Usaha Kedai/Coffeeshop di Surabaya.....	15
TABEL 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen	Error! Bookmark not defined.
TABEL 3. 2 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
TABEL 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 4 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 5 Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 6 Kategorisasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 7 Kualitas Produk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 8 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 9 Persepsi Harga Berdasarkan Jenis kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 10 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 11 Kualitas Produk Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 12 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 13 Persepsi Harga Berdasarkan Usia ...	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 14 Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 15 Hasil Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 18 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 19 uji t	Error! Bookmark not defined.
TABEL 4. 20 Uji F	Error! Bookmark not defined.

Daftar Gambar

- Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....**Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas**Error! Bookmark not defined.**

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini, perkembangan dunia bisnis menjadi hal yang tidak bisa diremehkan. Bisnis menjadi salah satu alternatif masyarakat untuk memulai sebuah usaha dalam mencari keuntungan. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat sekarang ini mendorong banyaknya persaingan

sehingga muncul adanya resiko resiko dan ancaman yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku bisnis. Sebuah inovasi dan ide ide strategi perlu difikirkan oleh pelaku bisnis untuk ketahanan berlangsungnya 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 suatu ancaman.

Salah satu bisnis yang sedang banyak bermunculan diberbagai wilayah terutama daerah kota-kota dan wilayah strategis lainnya yaitu bisnis kuliner dengan menggunakan keunggulan tempat nya yang menarik yaitu seperti kedai kopi, resto, cafe. Selain dengan menyediakan makanan dan minuman, sekarang ini bisnis kuliner lebih bersaing dengan keunggulan fasilitas dan estetika tempatnya untuk bersantai, menikmati waktu luang, dan berfoto untuk era sekarang ini yang maju akan sosial media.

Perkembangan bisnis kuliner dengan konsep gerai modern seperti kedai kopi ini menjadi selera masyarakat sekarang ini. Keberadaan kedai kopi sekarang ini sangat dekat dengan kehidupan masyarakat. Terlebih lagi masarakat Indonesia yang sudah melekat dengan budaya minum kopi. Kopi menjadi minuman yang disukai berbagai kalangan masyarakat dalam menikmati aktivitas sehari-hari. Pelaku bisnis memanfaatkan peluang populernya kedai kopi dengan mempertimbangkan keinginan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

Pada saat ini, di daerah Surabaya telah banyak berdiri warung-warung kopi mulai dari kedai jalanan hingga kafe sekelas Starbucks. Lebih dari seratus usaha cafe dan kedai kopi di Surabaya yang jumlahnya berkisar 175 usaha yang terdaftar. Dari 175 usaha tersebut yang berkonsep kopi sebagai menu utamanya sebanyak 29 *coffeeshop* atau kedai kopi (<https://surabaya.go.id/>). Salah satu contoh warung kopi yang berkonsep kedai jalanan di Surabaya yaitu kedai kopi Noesa. Kedai ini beralamatkan di Jl. Dharmawangsa, Kota Surabaya letak kedai ini dapat dikatakan cukup strategis dan mudah dijangkau. Target konsumennya yaitu para karyawan dan mahasiswa yang berada di sekitar daerah tersebut. Kafe ini menawarkan konsep berupa *streetbar* yaitu kafe bernuansa luar ruangan yang berada dipinggir jalan. Konsep ini menjadikan suasana yang santai dan intim bagi konsumennya serta menyuguhkan pemandangan kendaraan yang lalu lalang.

Kompetisi bisnis di dunia kopi di Surabaya tampak semakin kompetitif. Persaingan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga begitu sengit, menuntut para pelaku bisnis kopi untuk dapat menyediakan produk-produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau oleh konsumen (Said, 2012). Persaingan bisnis kedai kopi di Surabaya terjadi karena banyaknya usaha kedai kopi bermunculan. Beberapa daftar kedai kopi/usaha *coffeeshop* di Surabaya meliputi :

TABEL 1. 1 Daftar Usaha Kedai/Coffeeshop di Surabaya

No.	Nama Usaha
1	Kopi Noesa

2	Archipel Coffee Shop
3	Koffienette
4	Anggrek Coffee Shop
5	Starbucks Coffee
6	D'Tekape
7	Kopi Lethek
8	Kedai Kopi Kulo
9	Kopi Wae
10	Coffee Grande
11	Coffeologi
12	Gallery Coffee Shop
13	Bzar Coffee Shop
14	Excelso
15	Supresso Coffee
16	Nordic Coffee
17	Asana Coffee
18	Golf Coffee Café
19	Excel Café Shop
20	Caturra Coffeee
21	Maxx Coffee
22	Takopi
23	Livkopi
24	Kedai 27
25	Coffee & Co
26	Jokopi

Sumber : <https://surabaya.go.id>

Pelaku bisnis juga diharapkan dapat mengembangkan suatu produk yang bermanfaat dan inovatif sesuai dengan harapan konsumen dan kebutuhan pasar, sehingga kepuasan konsumen dapat diperoleh dan akan membuat konsumen melakukan pembelian dimasa yang akan datang. Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Kedai Kopi Noesa khususnya tentang kepuasan konsumen. Hal itu dibuktikan dengan *survey* yang dilakukan oleh penulis kepada 30 konsumen Kedai Kopi Noesa tentang kepuasan konsumen.

Konsumen mengaku ada beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan mereka seperti, kualitas produk (kualitas biji kopi, cita rasa) yang kurang baik, pelayanan (fasilitas kamar mandi, lahan parkir, kemampuan dan keramahan barista). Ada konsumen yang menilai kepuasan dari segi kualitas produknya, ada yang menilai dengan pelayanannya, ada yang menilai dengan berbagai atau bahkan semua unsur kepuasannya. Dari beberapa pelanggan Kedai Kopi Noesa Surabaya berpendapat bahwa produknya kurang memuaskan, dan kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan belum cukup seimbang. Ada pelanggan yang menilai bahwa pelayanan yang diberikan sudah baik dan harga yang diberikan juga sudah mencapai dengan tingkat kepuasannya.

Menurut Lupyoadi (2013) penentuan kepuasan konsumen dalam usaha dapat dilakukan dengan menggunakan lima faktor yang harus diperhatikan secara mendalam yaitu (1) kualitas produk yang artinya pelanggan akan memiliki rasa puas dengan pembelian karena produk yang dibeli mempunyai kualitas yang bagus dan memuaskan, (2) kualitas pelayanan yang mana artinya dalam menikmati sebuah produk, pelanggan juga memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan. Apabila pelayanan dilakukan dengan baik dan mengikuti kemauan pelanggan maka pelanggan juga merasa nyaman ketika mendapatkan pelayanan yang bagus, (3) Emosi, yang artinya pelanggan akan mempunyai rasa kepuasan atau tidak puas, dan kepuasan juga bisa dinilai dengan sosial yang mana pelanggan merasa cocok dengan suatu produk dengan merek tertentu, (4)

Harga yang cenderung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, terlebih lagi jika harga yang diberikan terjangkau dan nilai kualitas produknya yang baik, pelanggan akan merasa puas dengan keunggulan produk tersebut, sedangkan produk yang dibrandol dengan harga tinggi tetapi hanya mampu memberikan kualitas yang biasa saja akan mendorong pelanggan merasakan ketidakpuasan dalam pembelian produknya, (5) Biaya, dalam segi biaya pelanggan lebih detail dalam mempertimbangkan pembelian barang atau jasa, ketika ada penawaran barang tetapi disertai biaya yang banyak seperti ongkos kirim dan packing maka pelanggan akan mempertimbangkan untuk mencari toko lain yang sudah disertai kelengkapannya dengan biaya yang tetap terjangkau sehingga pelanggan merasakan kepuasan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012: 283) 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.

Kedai Kopi Noesa yang memiliki berbagai variasi kopi yang disediakan untuk kemudahan memilih kopi sesuai selera konsumen. Dalam melakukan survei, peneliti merasa bahwa produk yang dijual di Kopi Noesa kurang memenuhi standar. Produk kopi yang digunakan Kedai Kopi Noesa lebih menggunakan kopi dengan kualitas rendah. Selain itu persediaan kopi yang dimiliki Kedai Kopi Noesa banyak yang sudah melewati batas kesegaran sehingga kopi yang dihasilkan kurang dalam nilai kenikmatan yang akhirnya konsumen kurang puas dengan cita rasa kopi yang dihasilkan.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2001), 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.

Dari hasil peneliti yang telah melakukan survei dengan membagikan kuesioner kepada konsumen Kedai Kopi Noesa terdapat

berbagai hasil yang berbeda. Beberapa konsumen yang hanya menikmati kopi dengan santai dilokasi merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kopi Noesa, tetapi di sisi lain beberapa konsumen yang memiliki standar kepuasan yang tinggi kurang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena karyawan Kedai Kopi Noesa kurang ramah dan hanya memberikan pesanan saja tanpa menanyakan suatu kekurangan pesann atau mengucapkan selamat menikmati. Barista kedai kopi juga kurang memiliki wawasan tentang kopi sehingga ketika konsumen yang ingin tahu lebih tentang kopi merasa kurang puas dalam pemenuhan keinginannya.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, 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 (Kotler dan Keller, 2012). 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.

Berdasarkan survei dengan menggunakan kuesioner yang telah dibagikan peneliti memberikan hasil bahwa harga juga menjadi

pertimbangan untuk menilai kepuasan. Standar harga kopi berkonsep kedai yang sama seperti Kedai Kopi Noesa memberikan kisaran harga 8.000-12.000. Kedai Kopi Noesa membandrol harga kopi senilai 14.000 yang mana sebagian besar konsumen merasa harga tersebut tidak sesuai dengan kepuasan produk kopi yang telah dibeli dan merasa harga tersebut lebih mahal dari pada harga kopi dengan konsep kedai disekitarnya. Persepsi harga menjadi salah satu hal yang banyak dipertimbangkan karena juga memberikan penilaian tentang kesesuaian kualitas dan manfaat produk. Persepsi mahal atau murahnya suatu harga setiap konsumen berbeda, karena semua tergantung dengan persepsi individu yang didasari dengan selera, lingkungan, dan kondisi keuangan pribadi konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoestini (2017) tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada waroeng spesial sambal cabang semarang” menyatakan bahwa pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan waroeng spesial sambal cabang semarang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh D.A dan Sunarti (2017) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo” juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap faktor kepuasan konsumen. Namun demikian, terdapat hasil penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahma angraeni (2020) pengaruh kualitas produk citra

merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen kopi lain hati lamper kota semarang. hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Wahyuno (2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen pengguna Coffe Tropikal Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen di Coffe Tropikal Surabaya. Findianah (2019) melakukan penelitian tentang “pengaruh Hargalokasi dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen pengguna coffe Damascus mengareh bungah gresik”.

Meskipun terdapat beberapa hasil penelitian yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif, namun demikian terdapat hasil penelitian yang berbeda. Penelitian tersebut di antaranya adalah Laila, dkk (2012) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna One Pose Caffe Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan nilai anggota. Pada penelitian Laila, dkk (2012) yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga dan nilai anggota, kualitas pelayanan dan nilai anggota berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Sedangkan pada variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang telah diuraikan dan adanya beberapa penelitian yang memberikan hasil berbeda, maka peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Kopi terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada konsumen Kopi Noesa Surabaya”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kopi Noesa Surabaya sering mengesampingkan kualitas biji kopi yang disediakan, sehingga secara otomatis kualitas kopinya juga tidak maksimal.
2. Minimnya kemampuan barista dalam menginformasikan karakteristik kopi terhadap konsumen
3. Harga kopi *single origin* yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan pesaing.
4. Keterbatasan kemampuan barista dalam memenuhi permintaan khusus konsumen akan cita rasa kopi yang diinginkan.

C. Batasan Masalah

1. penyajian ini dilandaskan pada masalah kualitas produk Kopi Noesa Surabaya

2. penyajian ini dilandaskan pada masalah kualitas pelayanan pada Kopi Noesa Surabaya

3. penyajian ini dilandaskan pada masalah Persepsi Harga Pada Kopi Noesa Surabaya

4. penyajian ini dilandaskan pada Kepuasan Konsumen pada Kopi Noesa Surabaya

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1) Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kopi Noesa Kota Surabaya

2) Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen kopi Noesa Kota Surabaya

3) Apakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen kopi Noesa Kota Surabaya

4) Apakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga kopi Noesa Surabaya

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk Mengkaji dan menganalisis :

1. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
2. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
3. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
4. Mengkaji dan menganalisis Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga, terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penelitian.
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan, persepsi harga, dan terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan akan dunia bisnis.
2. Bagi perusahaan Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan, dan persepsi harga, terhadap kepuasan konsumen Noesa kopi Surabaya untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.
3. Bagi Universitas Memberikan tambahan perbendaharaan dan sebagai bahan referensi bagi kalangan akademisi maupun umum.

- Lupiyoadi, Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran: Analisis Jasa. Edisi pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, dan Armstrong. 2008. Principles of Marketing, Tenth Edition, Pearson Prentice Hall , New Jersey.
- Wahyuno, Cahyo. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Hotel Anugerah Glagah Indah Temon Kulon Progo Yogyakarta. Skripsi Tidak Diterbitkan. Yogyakarta: FE UNY.