

**PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
TANAYA COFFEE DI KOTA BEKASI TIMUR**

SKRIPSI

Oleh :

Wahyudi Ibrani

201810325389



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tanaya Coffee di Kota Bekasi Timur.

Nama Mahasiswa : Wahyudi Ibrani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325389

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

Menyetujui

Pembimbing



Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M

NIDN : 0329017202

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tanaya Coffee di Kota Bekasi Timur.

Nama Mahasiswa : Wahyudi Ibrani

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325389

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2022

Jakarta, 20 Juli 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM.,CMA.,MPM

NIDN 0012016601

Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E.,M.M.,MBA

NIDN 0309048102

Penguji II : Fransiscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM

NIDN 0329017202

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, S.E., M.S. Ak

NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tanaya Coffee di Kota Bekasi Timur.” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 24 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Wahyudi Ibrani

201810325389

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang diberikan Tanaya Coffee terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel penulis menggunakan metode *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 210 responden yang dimana fokus responden ini ialah konsumen Tanaya Coffee. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: 1). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan original sample sebesar 0,365 dan nilai $T_{\text{Statistik}} 3,880 > T_{\text{tabel}} 1,96$ serta p-value sebesar $0.000 < 0.05$. 2). Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dimana nilai original samplanya sebesar 0,121 dan nilai $T_{\text{Statistik}} 1,064 < T_{\text{tabel}} 1,96$ serta p-value sebesar $0.288 > 0.05$. 3). Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yang dimana nilai original samplanya sebesar 0,121 dan nilai $T_{\text{Statistik}} 0,861 < T_{\text{tabel}} 1,96$ serta p-value sebesar $0.389 > 0.05$.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and service quality provided by Tanaya Coffee on consumer satisfaction. In this study using quantitative research methods and in obtaining a sample the author uses the Purposive Sampling method. The number of samples used in this study were 210 respondents, where the focus of this respondent was the Tanaya Coffee consumer. The results of the research that has been done show that: 1). Price has a positive and significant effect on consumer satisfaction with the original sample of 0.365 and the T_Statistic value of $3.880 > T_{\text{table}}$ of 1.96 and the p-value of $0.000 < 0.05$. 2). Product quality has no effect on consumer satisfaction where the original sample value is 0.121 and the T_Statistic value is $1.064 < T_{\text{table}}$ 1.96 and the p-value is $0.288 > 0.05$. 3). Service quality has no effect on customer satisfaction where the original sample value is 0.121 and the T_Statistic value is $0.861 < T_{\text{table}}$ 1.96 and the p-value is $0.389 > 0.05$.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality and Consumer Satisfaction.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa telah memberikan rahmat dan karunianya dan terima kasih kepada kedua orangtua yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian ini merupakan salah satu syarat lulus dari Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Bekasi. Penelitian ini telah dilaksanakan lebih kurangnya 3 bulan.

Penyusunan penelitian skripsi tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan pengetahuan, ilmu dan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E.,M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, ST., MM, selaku dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih banyak atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
5. Agus Dharmanto, SE., MM, selaku dosen akademik saya. Terimakasih atas bimbingan dan ilmu nya.
6. Seluruh dosen serta jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
7. Laras Meidiarti, terima kasih untuk motivasi, dukungan dan bantuan nya selama penyusunan skripsi ini, semangat terus untuk kita.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Bekasi, 12 Juni 2022

Penulis,



Wahyudi Ibrani

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Masalah.....	9
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Kepuasan Konsumen	11
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	11
2.1.2. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.3. Teori dan Model Kepuasan Konsumen	13
2.1.4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	14
2.2. Harga	14
2.2.1. Pengertian Harga.....	14
2.2.2. Indikator Harga	15
2.2.3. Dimensi Harga	15
2.3. Kualitas Produk.....	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	15
2.3.2. Indikator Kualitas Produk.....	16

2.3.3.	Dimensi Kualitas Produk	17
2.4.	Kualitas Pelayanan	18
2.4.1.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.2.	Dimensi Kualitas Pelayanan	19
2.4.3.	Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.5.	Kerangka Pemikiran	20
2.6.	<i>Hypothesis</i>	21
2.6.1.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.6.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.6.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	22
2.8.	Pengaruh Antar Variabel	25
2.8.1.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.8.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.8.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	26
BAB III		28
METODOLOGI PENELITIAN		28
3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Tahapan Penelitian	28
3.2.1.	Tahap Perencanaan	28
3.2.2.	Tahap Pelaksanaan.....	29
3.2.3.	Tahap Penulisan.....	29
3.3.	Model Konseptual Penelitian	29
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4.1.	Pengertian variabel	32
3.4.2.	Pengertian operasional variabel	32
3.5.	Objek Dan Waktu Penelitian	35
3.6.	Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel	36
3.6.1.	Populasi penelitian.....	36
3.6.2.	Sampel penelitian.....	36
3.7.	Metode Pengumpulan Data	37

3.7.1.	Jenis data.....	37
3.7.2.	Teknik pengumpulan data.....	37
3.7.3.	Teknik pengukuran	38
3.8.	Metode Analisis Data	39
3.8.1.	Teknik Analisis Data SEM PLS	39
3.8.2.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	40
3.8.3.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	41
BAB IV		42
HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1.	Gambaran Umum	42
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	42
4.1.2.	Visi.....	43
4.1.3.	Misi.....	43
4.2.	Deskripsi Data	43
4.2.1.	Identitas Responden.....	44
4.3.	Hasil Analisis Data	47
4.3.1.	Skema Model Partial Least Square.....	47
4.3.2.	Pengujian Model Pengukuran (<i>outer model</i>).....	47
4.3.3.	Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.3.4.	Pengujian Hipotesis	56
4.4.	Pembahasan	58
BAB V		60
PENUTUP		60
5.1 Kesimpulan.....		60
5.2. Implikasi Manajerial		60
LAMPIRAN.....		63



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Batasan Masalah.....	9
1.6. Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
LANDASAN TEORI.....	11
2.1. Kepuasan Konsumen	11
2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen	11
2.1.2. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.3. Teori dan Model Kepuasan Konsumen	13
2.1.4. Indikator Kepuasan Konsumen.....	14
2.2. Harga	14
2.2.1. Pengertian Harga.....	14
2.2.2. Indikator Harga	15
2.2.3. Dimensi Harga	15
2.3. Kualitas Produk.....	15
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk	15

2.3.2.	Indikator Kualitas Produk.....	16
2.3.3.	Dimensi Kualitas Produk.....	17
2.4.	Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.1.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	18
2.4.2.	Dimensi Kualitas Pelayanan.....	19
2.4.3.	Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
2.5.	Kerangka Pemikiran.....	20
2.6.	<i>Hypothesis</i>.....	21
2.6.1.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.6.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.6.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	21
2.7.	Penelitian Terdahulu.....	22
2.8.	Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.8.1.	Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.8.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.8.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
BAB III.....		28
METODOLOGI PENELITIAN.....		28
3.1.	Desain Penelitian.....	28
3.2.	Tahapan Penelitian.....	28
3.2.1.	Tahap Perencanaan.....	28
3.2.2.	Tahap Pelaksanaan.....	29
3.2.3.	Tahap Penulisan.....	29
3.3.	Model Konseptual Penelitian.....	29
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4.1.	Pengertian variabel.....	32
3.4.2.	Pengertian operasional variabel.....	32
3.5.	Objek Dan Waktu Penelitian.....	35
3.6.	Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel.....	36
3.6.1.	Populasi penelitian.....	36
3.6.2.	Sampel penelitian.....	36

3.7. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.7.1. Jenis data.....	37
3.7.2. Teknik pengumpulan data.....	37
3.7.3. Teknik pengukuran	38
3.8. Metode Analisis Data	39
3.8.1. Teknik Analisis Data SEM PLS	39
3.8.2. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	40
3.8.3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	41
BAB IV	42
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum.....	42
4.1.1. Profil Perusahaan	42
4.1.2. Visi.....	43
4.1.3. Misi	43
4.2. Deskripsi Data	43
4.2.1. Identitas Responden.....	44
4.3. Hasil Analisis Data	47
4.3.1. Skema Model Partial Least Square	47
4.3.2. Pengujian Model Pengukuran (<i>outer model</i>)	47
4.3.3. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
4.3.4. Pengujian Hipotesis	56
4.4. Pembahasan	58
BAB V.....	60
PENUTUP	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Implikasi Manajerial	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi kopi nasional (2016-2021)	2
Gambar 4. 1 Suasana Tanaya Coffee	42
Gambar 4. 2 Outer Model	48
Gambar 4. 3 Inner Model.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 perbandngan harga tanaya coffee dengan beberapa coffee shop pesaing....	5
Tabel 1. 2 perbandingan kualitas produk pada produk minuman caramel latte dan taro milk antara tanaya coffee dengan kata kopi.....	5
Tabel 1. 3 perbandingan kualitas pelayanan antara kata kopi dan tanaya coffee	5
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian	44
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading.....	49
Tabel 4. 6 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	50
Tabel 4. 7 Hasil Cross Loading.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	52
Tabel 4. 9 Hasil R Square (R^2).....	54
Tabel 4. 10 Hasil Q-square Predictive Relevance.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)	56



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

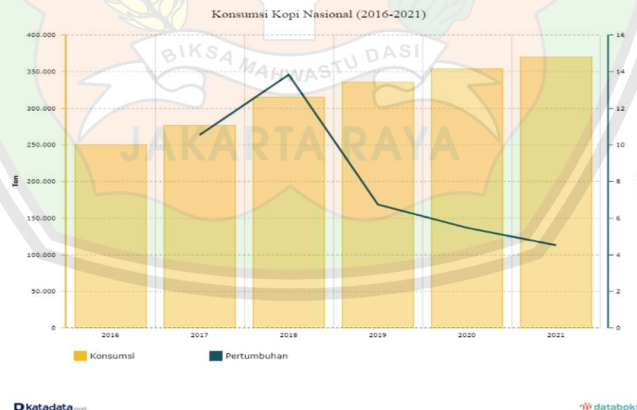
Di zaman yang serba modern ini menciptakan peluang besar bagi para pelaku usaha untuk membuka bisnis. Banyak yang dapat dilakukan para pelaku usaha untuk menciptakan atau mencari peluang bisnis salah satu nya dengan memahami perkembangan kebutuhan masyarakat yang setiap zaman berubah. Produsen harus mencari tahu kebutuhan apa saja yang sedang dibutuhkan konsumen saat ini dan jadikan hal itu sebagai patokan dalam menciptakan bisnis baru. Dikarenakan semakin banyak usaha baru yang sejenis maka semakin tinggi pula tingkat persaingannya antar kompetitor, maka dari itu pelaku usaha dituntut untuk memberikan strategi yang terbaik dalam memenangkan hati konsumennya. Menentukan harga yang terjangkau serta memberikan Kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik, kini menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah usaha jika usaha nya ingin menang dari para kompetitornya sehingga terciptalah kepuasan konsumen serta terbentuk hubungan yang baik dengan para konsumennya.

Kepuasan konsumen menjadi faktor yang sangat penting dalam perkembangan sebuah usaha. Dengan terciptanya kepuasan konsumen membuat citra usaha menjadi semakin baik dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap usaha dan juga pemenuhan atas kepuasan konsumen menjadi hal yang penting dikarenakan kepuasan konsumen merupakan strategi dalam bisnis jangka panjang serta mendorong agar suatu usaha semakin memenuhi apa yang akan menjadi kebutuhan para konsumen setianya, oleh karena itu pelaku usaha harus menemukan cara dalam mengatasi masalah tersebut sehingga konsumen menjadi puas.

Di era ini perkembangan *lifestyle* masyarakat mengalami perubahan, dikarenakan tingkat kesibukan semakin meningkat sehingga masyarakat membutuhkan tempat untuk bersantai atau melepas lelah selepas beraktivitas rutin seperti ngantor, sekolah,

dan sebagainya. Banyak pilihan untuk tempat bersantai dan melepas lelah, namun kafe saat ini sangat digandrungi oleh masyarakat dikarenakan tempat yang nyaman dan dapat menyegarkan pikiran sambil menikmati menu yang disediakan. Banyak kafe yang bermunculan di berbagai daerah khususnya di Kota Bekasi dan hal tersebut telah menjadi fenomena yang banyak dilihat saat ini. Berbagai macam jenis tema dan tujuan yang diberikan masing-masing kafe seperti disediakan desain kafe yang unik, harga yang terjangkau, pertunjukan *live music*, menu yang beragam dan sebagainya menjadikan keunikan tersendiri bagi kafe tersebut sehingga memikat para konsumennya khususnya anak muda zaman sekarang.

Pada hakikatnya, kafe merupakan tempat untuk bertemu sanak sodara ataupun kerabat. Namun dikarenakan adanya perubahan lifestyle dimasyarakat khusus nya anak muda, kini kafe berubah menjadi tempat untuk nongkrong bersama kenalannya sambil meminum kopi. Kebiasaan meminum kopi sudah menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu hingga saat ini volume penikmat kopi semakin meningkat beberapa tahun terakhir , hal tersebut dapat dilihat dari data yang disajikan Kementerian Pertanian:



Gambar 1. 1 Konsumsi kopi nasional (2016-2021)

Sumber : Kementerian Pertanian, 2018

Berdasarkan gambar 1.1 Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu

ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Peningkatan konsumsi kopi dari tahun ke tahun menjadikan faktor kuat dalam perkembangan bisnis kedai kopi di Indonesia. Faktanya di Indonesia kini sudah banyak sekali kedai kopi yang bertebaran di berbagai daerah khususnya di Kota Bekasi. Hal tersebut yang menjadikan persaingan ketat antara kompetitor kedai kopi.

Ketatnya persaingan membuat para pemilik kedai kopi harus bisa memenangkan hati para calon konsumen maupun konsumennya sehingga pemilik kedai kopi perlu memahami perilaku konsumen dan faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen demi mempertahankan eksistensinya ditengah gempuran persaingan seperti memberikan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan yang baik dan tepat. Salah satunya pada kedai kopi Tanaya yang terletak di kecamatan jatimulya kota Bekasi Timur.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan secara langsung kepada 15 konsumen tanaya coffee yang berada di Kota Bekasi terkait kepuasan konsumen, berikut hasil wawancara langsungnya:

NO	NAMA	PUAS/TIDAK PUAS	ALASAN
1	Ahmad Ilham	PUAS	Karena rasanya sangat enak dilidah saya dan cocok di lambung saya
2	Shintia Hanifa	PUAS	Karena harganya terbilang murah dikalangan mahasiswa
3	Dzulfikar Wahyu	PUAS	Karena adanya banyak varian rasa yang bisa saya rasain dan cukup enak
4	M. Yusuf	PUAS	Kasirnya terbilang ramah selama saya kesana

5	Laras Meidiarti	TIDAK PUAS	Tidak ada indoor jadi kalau hujan kehujanan kalau panas kepanasan
6	Aida Fitri Yani	TIDAK PUAS	Rasa caramel terlalu manis sehingga membuat mual
7	Aida Yuliana	TIDAK PUAS	Harga terbilang cukup mahal tidak sesuai dengan rasanya
8	Galih Wahyu Anggito	PUAS	Tempatnya enak dan modern jadi bagus untuk foto
9	Ahmad Saiful	PUAS	Cocok buat hangout sama temen
10	Ilham Dias	PUAS	Tempat nya mengusung tema industrial sehingga membuat nyaman dilihat
11	Arsy Riska Putri	TIDAK PUAS	Rasa kopinya berbeda2 kadang enak kadang nggak
12	Della Suginto	TIDAK PUAS	Perbanding es dan kopinya lebih banyak es nya sehingga sedikit kopinya
13	Fikri Hasin	TIDAK PUAS	Tidak ada wifi dikedai kopinya tidak seperti kedai kopi lainnya
14	Karina Muchsin	TIDAK PUAS	Pelayananya dan fasilitasnya kurang memadai
15	Maharani Putri	TIDAK PUAS	Karena lahan parkir sangat sempit

Sumber : Wawancara 2022

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa 7 dari 15 orang menyatakan puas akan Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan yang diberikan tanaya coffee namun 8 orang lainnya tidak puas, maka dari itu penulis ingin mengetahui mengapa 8 orang tersebut tidak merasa puas terhadap tanaya coffee sehingga penulis melakukan observasi langsung pada Tanaya Coffee dan membandingkannya dengan coffee shop lainnya, berikut merupakan hasil perbandingan kedai kopi tersebut:

Tabel 1. 1 perbandingan harga tanaya coffee dengan beberapa coffee shop pesaing

Coffee Shop	Caramel latte	Taro
Tanaya Coffee	25.000	25.000
Little talk coffee	28.000	28.000
Djitoe coffee	20.000	18.000
Broker coffee	27.000	27.000

Tabel 1. 2 perbandingan kualitas produk pada produk minuman caramel latte dan taro milk antara tanaya coffee dengan kata kopi

Faktor pembanding	Tanaya Coffee	Kata Kopi
Rasa (produk caramel latte dan taro milk)	Terlalu manis sehingga membuat perut tidak nyaman ketika mengkonsumsinya	Rasanya pas tidak hambar dan tidak terlalu manis sehingga dapat dinikmati
Tekstur (produk taro milk)	Kental	Cair

Tabel 1. 3 perbandingan kualitas pelayanan antara kata kopi dan tanaya coffee

No	Faktor Pembanding	Tanaya Coffee	Kata kopi
1	Waktu Pemesanan	3-5 menit	1-3 menit

2	Fasilitas		
	• Wi-fi	Tidak tersedia	Tersedia
	• Jenis Tempat	Outdoor	Indoor dan Outdoor
	• Lahan parkir	Sempit atau sedikit	Luas atau banyak

Berdasarkan hasil observasi tersebut terlihat bahwa harga yang ditawarkan tanaya coffee terbilang standar tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah, sedangkan untuk kualitas produk dan kualitas pelayanannya dikatakan belum baik jika dibandingkan dengan coffee shop pesaingnya yaitu Kata Kopi. Maka dari itu tanaya coffee perlu meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanannya untuk menyesuaikan dengan harga yang telah diberikan demi menciptakan kepuasan para konsumennya. Dikarenakan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen.

Harga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dikarenakan konsumen menaruh harapan pada apa yang telah mereka beli atau bayar, maka dari itu produk atau jasa yang dibeli harus sesuai dengan apa yang mereka harapkan sehingga dapat menciptakan rasa puas. Tak hanya harga namun kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam menciptakan rasa puas.

Kualitas Produk menjadi faktor terpenting dalam menciptakan kepuasan konsumen dikarenakan ketika konsumen mendapatkan kualitas produk yang baik maka ia akan merasa senang atas ekpetasinya terhadap produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkannya. Apabila kualitas produk ditingkatkan, maka perilaku konsumen untuk melakukan pembelian juga akan meningkat serta dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Yazid, 2008:53) dalam penelitian (Maulidah et al., 2019). Faktor Dalam meningkatkan kualitas produk, produsen harus sering melakukan evaluasi perbaikan terhadap kualitas produknya, salah satunya dengan cara mendengarkan keluhan

konsumen dan menerima saran konsumen. Dengan melakukan hal tersebut produsen jadi mengetahui kelebihan dan kekurangan dari produk yang dimilikinya.

Selain Kualitas Produk, ada hal yang tak kalah penting juga dalam menciptakan Kepuasan Konsumen yaitu Kualitas Pelayanan. Adisucipto (2010:187) menyatakan bahwa, konsumen membangun sebuah harapan terhadap pelayanan dari suatu jasa. Karena hal itu konsumen jadi membuat perbandingan antara pelayanan yang diekspetasikan dengan pelayanan yang disajikan. Jika pelayanan yang diberikan baik maka akan memenuhi ekspektasi si konsumen sehingga membuat pelanggan akan merasa puas akan pelayanannya, namun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan tidak baik dan tidak sesuai ekspektasi konsumen maka konsumen itu akan merasa kecewa. Sehingga para pelaku usaha benar-benar harus memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen agar usaha dapat bersaing dengan para kompetitornya.

Berdasarkan data dan penjelasan diatas dapat disimpulkan mengapa penulis mengangkat judul ini sebagai penelitiannya dikarenakan perubahan lifestyle yang terjadi dimasyarakat saat ini menjadikan kedai kopi salah satu tempat favorit untuk nongkrong dan bersantai sehingga menciptakan pula persaingan sengit antar kompetitor dalam mempertahankan eksistensi kedai kopinya. Harga, Kualitas produk dan kualitas pelayanannya lah yang menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih kedai kopi. Tanaya coffee menjadi objek penelitian ini dikarenakan kedai kopi ini masih terbilang baru dan belum banyak masyarakat yang tahu sehingga penulis ingin mengetahui kepuasan konsumen yang dirasakan konsumen tanaya coffee yang dilihat melalui segi harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan tanaya coffee apakah telah memenuhi harapan atau belum.

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen seperti dalam penelitian (Maulidah et al., 2019). Hasil penelitiannya mengatakan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas produk dan kualitas pelayanan maka konsumen akan merasa puas terhadap kinerja yang diberikan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Apakah Harga mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur?
- b. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini ialah:

- a. Untuk mengetahui apakah harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur.
- c. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada Tanaya *coffee* di kota Bekasi Timur.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis mengarapkan penelitan ini yang berjudul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *coffee shop* tanaya dapat bermanfaat bukan hanya untuk penulis, akan tetapi untuk pihak-pihak lainnya. Berikut adalah pihak yang diharapkan dapat menerima manfaat dari penelitian ini:

1. Bagi pemilik usaha *coffee shop*

Diharapkan peneltian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan usaha ditengah sengitnya persaingan dunia bisnis.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan wawasan terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.5. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, penulis membatasi masalah supaya lebih terarah dan tidak keluar dari topik penelitian yang berfokus pada persepsi harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen *coffee shop* tanaya serta konsumen *coffee shop* Tanaya di kota bekasi timur akan menjadi responden dalam penelitian ini.

1.6. Sistematika Penulisan

Susunan dalam sistematika penulisan ini dilakukan secara berurutan oleh penulis dimaksudkan supaya mempermudah pembaca dalam memahami penyusunan penelitian ini, berikut merupakan susunan sistematika penulisan:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang pengertian berupa kutipan yang diambil dari jurnal atau buku yang berhubungan dengan penyusunan penelitian ini lalu kutipan tersebut dikembangkan oleh penulis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang desain penelitian, tahapan penelitian, konseptual penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB V PENUTUP



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kepuasan Konsumen

2.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Rangkuti (2011:31) dalam penelitian (Sumayyah, 2019) mendefinisikan kepuasan konsumen merupakan tanggapan konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja hasil yang didapatkan setelah menggunakan atau memakai produk.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) dalam penelitian (Novia et al., 2020) kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan baik atau buruk seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang disajikan produk (atau hasil) terhadap harapan mereka. Jika kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi dari apa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa sangat puas atau senang.

Menurut Bachtiar (Suminar, 2017) kepuasan konsumen adalah suatu perasaan positif konsumen yang berhubungan dengan produk atau jasa selama menggunakan jasa atau produk tersebut.

Menurut Zeith dan Bitner (Ekonomi & Manajemen, 2018) definisi kepuasan konsumen merupakan respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan konsumen. Kepuasan merupakan penilaian mengenai sebuah keistimewaan.

Berdasarkan pengertian diatas, kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang didapat konsumen ketika mendapatkan hasil dari membandingkan kesesuaian ekspektasi yang diharapkan dengan kinerja aktualnya setelah menggunakan atau memakai suatu produk.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 perbandngan harga tanaya coffee dengan beberapa coffee shop pesaing....	5
Tabel 1. 2 perbandingan kualitas produk pada produk minuman caramel latte dan taro milk antara tanaya coffee dengan kata kopi.....	5
Tabel 1. 3 perbandingan kualitas pelayanan antara kata kopi dan tanaya coffee	5
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian	44
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan umur.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading	49
Tabel 4. 6 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	50
Tabel 4. 7 Hasil Cross Loading	51
Tabel 4. 8 Hasil Composite Reliability & Cronbach Alpha.....	52
Tabel 4. 9 Hasil R Square (R^2)	54
Tabel 4. 10 Hasil Q-square Predictive Relevance.....	54
Tabel 4. 11 Hasil Path Coefficient (Koefisien Jalur)	56





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi kopi nasional (2016-2021)	2
Gambar 4. 1 Suasana Tanaya Coffee	42
Gambar 4. 2 Outer Model	48
Gambar 4. 3 Inner Model.....	53





DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Uji Plagiarisme**
- 2. Uji Referensi**
- 3. Lampiran Kuesioner**
- 4. Data Tabulasi Responden**
- 5. Hasil Uji SMART PLS**
 - a. Outer Model Penelitian**
 - i. Outer Loadings**
 - ii. Cross Loadings**
 - iii. Construct Reliability and Validity**
 - b. Inner Model Penelitian**
 - i. R-Square**
 - ii. F-Square**
 - iii. Uji Hipotesis**
- 6. Buku Bimbingan**
- 7. Biodata Diri**

