

**PENGARUH KUALITAS PRODUK PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Kedai *Coffe Shop* Asoka Klaten)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Jurusan Manajemen

Peminatan :

Manajemen Pemasaran



Diajukan Oleh :

RIAN HARI ANGGORO

NIM : 1821100006

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN

JULI 2022

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN

(Study Kasus Pada Konsumen Kedai Coffe Asoka Klaten)

Diajukan Oleh :

Rian Hari Anggoro

NIM : 1821100006

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma
Klaten

Pada tanggal 24 JUNI 2022

Pembimbing Utama



H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si.

NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



H.J. Anis Manjukah, SE.MM

NIK 690 994 143

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.

NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN

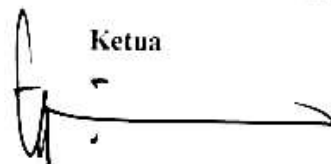
(Study Kasus Pada Konsumen Kedai Coffe Asoka Klaten)

Diajukan Oleh :

Rian Hari Anggoro

NIM : 1821100006

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Pada tanggal 07 JULI 2022

Ketua


Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.

NIK 690 208 290

Sekretaris


H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.

NIK 690 098 194


H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si.

NIK 690 301 250


H.J. Anis Marjulah, SE,MM

NIK 690 490 190

Disahkan Oleh
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.
NIK 690 208 290

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RIAN HARI ANGGORO

NIM : 1821100006

Jurusan/Progam Studi : EKONOMI MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK,
PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI
COFFE ASOKA KLATEN**

Adalah sebenar-benarnya karya saya sendiri dan bebas dari plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten,.....2022



RIAN HARI ANGGORO

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Dengan segenap rasa syukur kepada Allah SWT, atas karunia dan kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.
- Untuk kedua orang tuaku bapak (Tugiyo) dan Ibu (Poniyah). Terima kasih yang telah mendidiku dari kecil sampai saat ini dan termakasih sudah menyanggiku dengan sepenuh hati. Aku persembahkan karya kecil ini kepada bapak dan ibu yang telah memberi segalanya.
- Untuk kakak dan adiku (Okta), (Iqbal) yang selalu mendukungu dan memberikan semangat kepada saya.
- Sahabat – sahabatku tercinta Bagas, Nisa, Niken, Arkhan, Adam, Teo, bahagianya bisa menjadi salah satu bagian dari kalian, terimakasih atas segenap semangat, nasehat juga kritikan yang tidak henti.
- Tidak lupa, terimakasih buat Asoka Coffe yang sudah menyediakan kopi yang enak dan fasilitas yang nyaman

MOTTO

“Tidak ada yang tidak mungkin selagi kita mau berusaha dan berdoa”

“NO PAIN, NO GAIN”

“Dihidup ini kita butuh orang lain, kita butuh sesama, tapi untuk kesuksesan dan keberhasilan diri kita sendiri, Ingat jangan pernah mengandalkan orang lain”

(Windah Basudara)

“Pahlawan tidak pernah mati, sang naga telah kembali”

(Zilong)

“Hiduplah seolah-olah Anda akan mati besok. Belajarliah seolah-olah Anda hidup selamanya.”

(Mahatma Gandhi)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kedai *Coffe* Asoka Klaten”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi syarat ujian akhir guna mendapat gelar sarjana starata satu ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari motivasi, bantuan, pengarahan serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala limpahan rahmat, kenikmatan yang tiada tara, kemudahan, serta hidayahNYA yang telah diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. DR.H. Triyono, Mpd selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Bapak Sutrisno Badri, SE, M.Sc selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten atas segala ijin dan dukungannya.
4. Bapak Abdul Haris, SE, MM. M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten atas segala ijin dan dukungannya.
5. Bapak H. Arif Julianto SN, SE, MSI selaku pembimbing utama dan tempat *sharing* yang dengan sabar dan memeberikan arahan, semangat,

motivasi, serta bimbingan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Ibu Hj. Anis Marjukah, SE, MM selaku pembimbing pendamping yang dengan sabar memberikan arahan serta bimbingan bagi penulis bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Tugiyono dan Ibu Poniyah tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan moral dan material serta semangat dalam bentuk apapun.,
9. Sahabat seperjuangan, mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2018
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga menjadi amal dan kebaikan Anda dan Allah SWT membalas dengan kenikmatan yang berlipat ganda. Penulis menyadari masih banyak kekurangan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun peneliti yang lain dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

Klaten, Juni 2022

Rian Hari Anggoro

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	5
C. Penegasan Judul	6
D. Pembatasan Masalah.....	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
H. SISTEMATIKA PENULISAN	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Pengertian Pemasaran	11
B. Kualitas Produk.....	13
C. Promosi	16
D. Kualitas Pelayanan	19
E. Kepuasan Konsumen.....	21
F. Penelitian Terdahulu	24
G. Kerangka Berfikir	26

H. HIPOTESIS	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Teknik pengumpulan data	28
B. Sumber Data.....	29
C. Variabel Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel	30
E. Uji Kualitas Data	31
F. Teknik Analisis Data.....	31
G. Lokasi Penelitian	34
H. Definisi Operasional Variabel	34
I. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	37
B. Identifikasi Responden.....	38
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	42
D. Uji Instrumen Penelitian	52
E. Analisis Data	55
F. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
A. Simpulan	68
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu	24
Tabel 4.1 Deskripsi responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2 Deskripsi responden berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3 Deskripsi responden berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.4 Deskripsi responden berdasarkan Pendapatan atau Uang saku/bulan.....	41
Tabel 4.5 Deskripsi jawaban responden aspek kualitas produk.....	42
Tabel 4.6 Deskripsi jawaban responden aspek promosi	46
Tabel 4.7 Deskripsi jawaban responden aspek kualitas pelayanan	47
Tabel 4.8 Deskripsi jawaban responden aspek kepuasan konsumen	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.11 Analisis Regresi	56
Tabel 4.12 Analisis korelasi kualitas produk	58
Tabel 4.13 Analisis korelasi promosi.....	59
Tabel 4.14 Analisis korelasi kualitas pelayanan	60
Tabel 4.15 Hasil Uji T	61
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	63
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar I : Kerangka Konseptual Pemikiran	26
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Kuesioner
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Deskriptif Identifikasi Responden
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Variabel Penelitian
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Hasil Analisis Korelasi
- Lampiran 9 : Hasil Analisis Jalur, Uji T, dan Uji Determinan
- Lampiran 10 : Distribusi r Tabel
- Lampiran 11 : Distribusi t Tabel

ABSTRAK

**RIAN HARI ANGGORO, NIM 1821100006, Skripsi, Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen Universitas Widya Dharma Klaten, Pengaruh Kualitas
Produk, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen
pada Coffe Asoka Klaten.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Asoka Klaten. Berdasarkan uji analisis regresi linier berganda $Y = 1,365 + 0,258X_1 + 0,365X_2 + 0,329X_3$ yang menunjukkan bahwa disimpulkan bahwa kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen cafe Asoka Klaten dengan variabel promosi yang lebih dominan. Pada kualitas produk (X1) sebesar 0,258, Promosi (X2) sebesar 0,365, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,329.

Berdasarkan analisis dapat disimpulkan sebaaiaan besar responden dalam peneletian ini paling banyak mendominasi yaitu Laki-laki sebesar 70 orang responden dengan presentase sebesar 70%. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sebesar 30 orang responden dengan presentase sebesar 30%. Dapat dilihat bahwa lebih banyak responden yang berjenis kelamin laki-laki dibanding responden yang berjenis kelamin perempuan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia pada umumnya mempunyai kebutuhan yang sama, tetapi karena budaya yang berbeda maka kebutuhan itu pun juga ikut berbeda pula. Untuk memenuhi kebutuhannya, manusia mencocokkan diri dengan prioritas yang tersedia. Kebutuhan manusia yang paling primer salah satunya adalah kebutuhan makanan dan minuman. Masyarakat Indonesia saat ini dalam memenuhi kebutuhan pangan, mereka lebih memilih mengkonsumsi jajanan kuliner atau makanan siap saji. Oleh karena itu, perusahaan perlu membuat strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen untuk dapat bertahan dalam kompetisi bisnis. Salah satu bisnis usaha yang merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis *coffe shop*. Keberadaan *coffe shop* telah menjadi pemandangan sehari-hari khususnya dikalangan dewasa dan remaja. Para pelaku usaha perlu menyiapkan ide agar dapat memberikan kesenangan, mempertahankan citra merek dan meningkatkan ketertarikan pengunjung, ini menjadi suatu keahlian dan ciri khas didalam mengonsumsi, menciptakan produk serta jasa yang memiliki keunggulan sehingga akan memberikan kesan yang baik dalam kunjungannya.

Kopi untuk saat ini merupakan minuman yang sangat populer dan digemari di kalangan masyarakat Indonesia, terutama karena cita rasa dan

aromanya. Budaya minum kopi telah ada secara turun-temurun di hampir setiap belahan dunia. Di era milenial sekarang ini, kebiasaan menyeduh kopi atau bermain di warung kopi sudah sangat lumrah. Setiap orang punya caranya masing-masing dalam menikmati kopi. Harapan untuk generasi muda adalah selalu menjaga budaya minum kopi, memberikan kehangatan dengan berinteraksi, berdiskusi dan bercanda, hal ini dapat dicapai dengan memilih kedai kopi yang bagus yang menawarkan cita rasa kopi dan layanan yang sangat ramah dengan harapan konsumen akan merasa puas. Para pelaku usaha harus dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik konsumen untuk mengkonsumsi produk maupun layanan yang diberikan agar mampu bersaing dan tetap unggul dari pesaing lainnya. Para pelaku bisnis *caffè* harus selalu memutar otak untuk melakukan inovasi maupun perubahan serta memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa senang dengan produk dan layanan yang telah mereka rasakan sehingga terjadi yang namanya kepuasan konsumen.

Di Klaten, di sudut kota, ada sebuah *caffè* kecil tapi sangat ramai pengunjung yang berlokasi di Jl. Ki Ageng Pemanahan taman Gergunung Klaten. *Caffè* ini bukanlah *caffè* mewah atau *caffè* biasa. *Caffè* ini berukuran relatif sedang dan juga dikenal sebagai Kedai Kopi Asoka. *Caffè* yang satu ini menyediakan berbagai macam-macam produk yang halal, higienis dan tentu saja layak untuk dikonsumsi. Faktor-faktor yang paling mendorong kepuasan konsumen adalah kualitas produk dan

pelayanan. Diharapkan para pemilik atau pelaku usaha, khususnya dibidang kuliner *Caffe*, benar-benar memperhatikan faktor pendorong kepuasan tersebut. Hal ini dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen setelah mengkonsumsi produk atau jasa di suatu perusahaan. Hal pertama yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yakni kualitas produk.

Kualitas Produk mengandung banyak definisi karena setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Perspektif kualitas merupakan persepsi seorang konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa dengan maksud yang diharapkan. (Tjiptono, 2016:117). Selain kualitas produk hal yang ke dua adalah promosi, dimana promosi ini akan menarik banyak konsumen yang datang apalagi sekarang banyak pesaing yang menggunakan metode promosi ini hanya untuk menarik para konsumen, tak tanggung-tanggung biasanya para pesaing bisnis memberikan promosi besar-besaran agar tidak mau kalah saing dengan pembisnis lainnya. Maka dari itu Kedai Kopi Asoka Klaten ini juga mengadakan promosi guna menarik para konsumen dengan memberikan diskon/promosi yang memuaskan.

Promosi adalah “Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual”, (Kotler dan Keller, 2016:580). Dengan adanya promosi ini akan selalu membuat cafe terasa ramai konsumen Selain kualitas produk, promosi ada hal lain yang juga

perlu diperhatikan yaitu kualitas pelayanan. Mereka cenderung untuk membeli ulang barang dan jasa yang telah mereka konsumsi. Untuk pelayanan sendiri setiap perusahaan pasti lain berlomba lomba untuk melayani konsumen sebaik mungkin agar para konsumen merasa puas dan ada ketertarikan sendiri untuk selalu datang ke tempat tersebut. Pelayanan yang baik dapat memberikan efek kepuasan bagi konsumen. Maka perusahaan mesti mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen seperti kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, (Tjiptono, 2016:59). Kepuasan juga akan mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Komunikasi yang disampaikan oleh konsumen yang merasa puas dapat berupa rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan, karena dengan tercapainya kepuasan konsumen diharapkan konsumen akan loyal dalam menggunakan produk perusahaan tersebut. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari pelanggan (Irawan dan Japarianto, 2016). Maka dari itu kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Penyampaian kualitas pelayanan berarti penyelarasan ekspektasi kedalam

sesuatu hal yang tetap. Pelayanan yang baik dapat memberikan efek kepuasan bagi konsumen. Maka perusahaan mesti mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen seperti kualitas produk dan pelayanan yang diharapkan. Sekarang ini cafe menghadapi persaingan yang begitu ketat. Untuk menghadapi persaingan di masa mendatang, perlu adanya evaluasi terhadap faktor faktor pemasaran khususnya kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk meningkatkan volume penjualan dari masa ke masa sehingga dapat memenuhi kebutuhan para konsumen agar perusahaan tersebut mampu terus bersaing dalam dunia bisnis.

Berkaitan dengan kenyataan yang dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk promosi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penulis akan mengkaji masalah tersebut dengan mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul

”PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN” (Studi Kasus Pada Konsumen Kedai *Coffe Shop* Asoka Klaten)

B. Alasan Pemilihan Judul

Dalam pemilihan ini penulis mempunyai alasan tertentu dalam pengambilan judul tersebut, adapun alasannya sebagai berikut :

1. Alasan Subyektif

Menarik untuk diteliti, mengingat sekarang banyak *Coffe Shop* yang telah banyak berdiri, namun Kedai Asoka selalu ramai dikunjungi setiap harinya oleh para pengunjung dari berbagai kalangan.

2. Alasan Objektif

Alasan Obyektif adalah mengadakan penelitian tentang menganalisis kepuasan konsumen yang dimana biasanya konsumen terpegaruh oleh adanya berbagai faktor diantaranya faktor kualitas produk serta promo yang menarik.

C. Penegasan Judul

Untuk mengetahui penafsiran yang keliru dalam penelitian ini maka perlu diberi penegasan judul sebagai judul :

- 1) Kualitas Produk mengandung banyak definisi karena setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Perspektif kualitas merupakan persepsi seorang konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa dengan maksud yang diharapkan. (Tjiptono, 2016:117).
- 2) Promosi adalah “Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual”. (Kotler dan Keller, 2016:580).

- 3) Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2016:59).
- 4) Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang ingin dicapai setiap perusahaan, karena dengan tercapainya kepuasan konsumen diharapkan konsumen akan loyal dalam menggunakan produk perusahaan tersebut. Kepuasan adalah respon pemenuhan dari pelanggan (Irawan dan Japariato, 2016).

D. Pembatasan Masalah

Mengingat penelitian ini memiliki banyak sekali permasalahan yang harus diatasi, agar dapat membahasnya lebih mendalam dan mencapai tujuan yang diharapkan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Penelitian ini berfokus pada kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kedai Kopi Asoka Klaten, berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada.

E. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Asoka?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Asoka?

3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Asoka?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka.
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Asoka.

G. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
 - a. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kualitas produk promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka Klaten.
 - b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapat pada perkuliahan dan menambah wawasan dalam dunia bisnis.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas produk promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Asoka untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang seberapa besar kualitas produk promosi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H. SISTEMATIKA PENULISAN

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Kelima bab tersebut berisi :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 11 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang digunakan, juga membahas penelitian terdahulu yang sejenis yang menggambarkan hubungan antara variabel penelitian .

BAB 111 : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian yang berisi variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, populasi dan sampel penelitian,

jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang akan digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, seluruh proses, teknik analisis data, hasil dari pengujian seluruh hipotesis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian yang menjelaskan kesimpulan dari analisis data dan pembahasan. Selain itu juga berisi saran yang direkomendasikan kepada pihak tertentu untuk dijadikan masukan bagi yang bersangkutan dalam keterbatasan penelitian ini.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dari kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian yang dilakukan melalui signifikansi koefisien regresi variabel kualitas produk. Kualitas produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,258, nilai signifikansinya 0,021 dan t hitung = 2,355 > t tabel 1,98447. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe asoka. Memiliki nilai korelasi 0,536 menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) memiliki korelasi yang sedang terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai r hitung atau person correlation 0,536 adalah positif artinya jika terjadi kenaikan kualitas produk (X1) maka juga akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada cafe asoka klaten.
2. Dari hasil pengujian yang dilakukan melalui signifikansi koefisien regresi variabel promosi. Promosi memiliki nilai koefisien sebesar 0,365, nilai signifikansinya 0,002 dan t hitung = 3,241 > t tabel 1,98447. Hasil ini menunjukkan bahwa

promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe asoka. Memiliki nilai korelasi 0,595 menunjukkan bahwa promosi (X2) memiliki korelasi yang sedang terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai r hitung atau person correlation 0,595 adalah positif artinya jika terjadi kenaikan promosi (X2) maka juga akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada cafe asoka klaten

3. Dari hasil pengujian yang dilakukan melalui signifikansi koefisien regresi variabel kualitas pelayanan. Pelayanan memiliki nilai koefisien sebesar 0,329, nilai signifikansinya 0,000 dan $t_{hitung} = 3,768 > t_{tabel} 1,98447$. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen cafe asoka. Memiliki nilai korelasi 0,526 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X3) memiliki korelasi yang sedang terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai r hitung atau person correlation 0,526 adalah positif artinya jika terjadi kenaikan kualitas pelayanan (X3) maka juga akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada cafe asoka klaten.
4. Dari hasil perhitungan uji F diketahui bahwa $F_{hitung} (28,992) > F_{tabel} (2,70)$. Sedangkan signifikansi $(0,000) < \alpha$ pada 0,05.

Sehingga H4 yang berbunyi Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk promosi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Asoka Klaten diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) memiliki pengaruh pada konsumen cafe asoka.

5. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh koefisien determinasi pada *adjusted r square* sebesar 0,459 atau 45,9%. Koefisien determinan ini digunakan untuk mengetahui seberapa presentase pengaruh variabel bebas kualitas produk (X₁), promosi (X₂), kualitas pelayanan (X₃) terhadap perubahan variabel terikat kepuasan konsumen (Y), dan besarnya pengaruh variabel terikat dalam penelitian ini adalah 45,9% sedangkan sisanya yaitu 54,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
6. Dari hasil pengujian diatas variabel promosi (X2) lebih dominan atau lebih unggul dibanding variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X3) dimana nilai promosi (X2) sebesar 0,365, kualitas produk (X1) sebesar 0,258, dan kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,329. Dari ketiga variabel tersebut dapat diketahui bahwa promosi (X2) memiliki nilai paling tinggi yaitu 0,365 yang dimana jika promosi ditingkatkan satu

satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,365 satu satuan kepuasan. Dengan asumsi variabel bebas lainnya tetap sama dengan nol.

B. Saran

Berdasarkan uraian urain dan simpulan diatas, maka peneliti memberi masukan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk memperhitungkan kebijakan dimasa yang akan datang sebagai pertimbangan perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan agar meningkat, diantaranya :

1. Dalam penelitian ini variabel promosi yang lebih dominan dibandingkan kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan supaya konsumen lebih cenderung datang ke cafe tersebut.
2. Bagi Perusahaan, dengan semakin banyaknya persaingan dibidang yang sejenis yaitu kuliner caffe, Maka diharapkan caffe asoka klaten tidak hanya sekedar mengandalkan promosi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, tetapi caffe asoka klaten harus mampu menciptakan variabel-variabel pendukung lainnya, membuat event event yang lebih menarik lagi bahkan menciptakan strategi baru agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain tetapi tetap melakukan pembelian ulang di caffe asoka klaten.

3. Untuk Caffe Asoka Klaten lebih lagi meningkatkan promosi yang lebih giat agar konsumen tidak berpindah ke tempat lain yang dimana sudah diketahui bahwasanya variabel promosi lebih dominan dicaffe ini, untuk promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara diantaranya : Periklanan, Hubungan masyarakat, penjualan personal, promosi langsung, dan masih banyak lagi yang tentunya dapat mempertahankan konsumen ataupun bisa menambah banyak konsumen.
4. Bagi para peneliti selanjutnya diharap dapat mengkaji lebih dalam, menambah variabel independen lainnya selain kualitas produk, promosi dan kualitas pelayanan, yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen diluar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Dan bisa mencari populasi yang berbeda dan lebih luas dari penelitian ini, serta sampel yang digunakan juga lebih banyak dari sampel penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Sidik, M., Suprihartini, L., & Kurniawan, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Dalam jurnal, Universitas Martim Raja Ali Haji*. (2019)
- Liany, F. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yellow Truck Coffe bandung. *Stp Bandung. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*
- Kotler, Phillip And Amstrong .(2015) . *Prinsip Prinsip Pemasaran* . Edisi 13 . Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler And Amstrong, Gary, (2014),*Principles Of Marketing* ,12th Edition,Jilid I
Kotler, Philip. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Inc.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.Sugiyono. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta. 2017
- Fandy dan Gregorius Chandra. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif manajemen dan pemasaran kontemporer*. Yogyakarta: Andi, 294.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Mitra Wacana Media
- Nurmansyah (2018) *Pengantar Manajemen Pemasaran*. 1st edn. Edited by B. Simamora. Pekanbaru: Unilak Press.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajawali Pers.
- Andi.Irawan, Deny dan Edwin Japarianto, “Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra*. Vol. 1, No. 2, (2013).

- Suryani, H. W. (2016). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sparepart Pada Pt Aksara Motor Medan. *Ilmiah Integritas*, 2(1), 1–13.
- Sholihat, A. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 4.
- Firmansyah, A. M., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhap dan Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Eksekutif*, 15(1), 281–295
- Akbar, N. F., & Nurcholis, S. D. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu) 3*, 972-994.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2022). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86-104.
- Diana, A., & Yusuf, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Starbucks Coffee Stasiun Gambir). *S1 Manajemen*, 1-20.
- Siregar, Sofyan. (2016). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. (2017). Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS. Bandung: CV Pustaka Setia.