

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No.
15 RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta
Timur 13210)**

SKRIPSI

IBNU MUHAMMAD SIDDIQ

21160000355



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No.
15 RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta
Timur 13210)**

SKRIPSI

IBNU MUHAMMAD SIDDIQ

21160000355



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah dengan judul :

PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15

RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 16 September 2021



IBNU MUHAMMAD SIDDIQ

NPM 21160000355

PERSETUJUAN PEMBIMBING

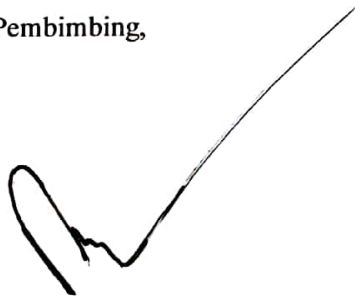
Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15
RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA dan diketahui oleh Kepala Program Studi Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 16 September 2021

Pembimbing,



H. Agustian Burda, BSBA, MBA

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15
RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal
dengan nilai

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.
(Kepala Program Studi Manajemen)
2. H. Agustian Burda, BSBA, MBA
(Pembimbing)
3. Ir. Ginanjar Syamsuar, ME
(Anggota Penguji)
4. Ruland Willy Jack Sumampouw, SE, M.Si
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penulisan karya ilmiah ini merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Terimakasih banyak kepada Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan karya ilmiah ini.
2. Terimakasih banyak kepada dosen penguji yang bersedia menguji saya disidang skripsi.
3. Bapak H. Agustian Burda, BSBA, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ)
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
7. Orang tua tercinta Bapak, Ibu, Istri, Anak dan Adik yang selama ini sudah mendukung dari awal menjelang akhir perkuliahan, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini dengan baik.

8. Teman teman perkuliahan (terutama, Arfan Pratama, Gilar Aji, Bayu Nugroho, Rizki Khairi Marbun, Muhammad Rizki Maulana, Aldi Saputra, Elizabeth Y. Dll) atas dukungan yang diberikan dan semangatnya.
9. Saya ucapkan terimakasih kepada guru spriritual (Arfan Pratama Dll)
10. Seluruh staff dan karyawan kedai kopi Tentang Rasa yang telah membantu penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuan dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 16 September 2021



Ibnu Muhammad Siddiq
21160000355

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibnu Muhammad Siddiq
NPM : 21160000355
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15
RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210)**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 16 September 2021

Yang menyatakan,



Ibnu Muhammad Siddiq

Ibnu Muhammad Siddiq NPM : 21160000355 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : H. Agustian Burda, BSBA, MBA
PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15 RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210)	
ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Tentang Rasa Kopi, Jl. Bangunan Timur No. 15 RT.04/RW.1, Kayu Putih, Pulo Gadung, Jakarta Timur 13210). Kepuasan Konsumen merupakan variabel dependen, sedangkan Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen. Penelitian yang dilakukan menggunakan strategi asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara minimal dua variabel atau lebih dan mencari sebab dan akibat. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dimana data diperoleh melalui kuesioner dengan data yang dikumpulkan dari pernyataan dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah <i>purposive sampling</i> dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y), Tidak terdapat pengaruh signifikan cita rasa (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y), Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y). Secara simultan terdapat pengaruh harga, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. <i>Kata Kunci: harga, cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen</i>	

Ibnu Muhammad Siddiq NPM : 2116000035 Bachelor of Managemen	Supervisor : H. Agustian Burda, BSBA, MBA
THE INFLUENCE OF PRICES, TASTE AND QUALITY OF SERVICE AFFECT CONSUMER SATISFACTION (Study on Tentang Rasa Kopi, Kent. East building 15 rt.04/ rw. 1, eucalyptus, gadung pulo, east Jakarta 13210)	
ABSTRACT The study aims to know how prices, tastes and quality of service affect consumer satisfaction (the study on the taste of coffee, either way. East building 15 rt.04/ rw. 1, eucalyptus, gadung pulo, east Jakarta 13210). Consumer satisfaction is a dependent variable, whereas price, taste and quality of service asan independent variable. The study USES an associative strategy, one that aims to know the effects between a minimum of two or more variables and look for causes and effects. As for the research method used in this study is the survey study method, where data is obtained through a questionnaire with data collected from statements by as many as 92 people. The method of sampling retrieval used in this study is adhesive sampling and analyzed by using linear regression berganda. Studies have concluded that price (X1) has had on consumer satisfaction (Y), There is no significant effect of taste (X2) on consumer satisfaction (Y), there is a significant impact of service quality (X3) on consumer satisfaction (Y). There is simultaneously a price, taste and quality of service to consumer satisfaction..	
Keywords: price, taste and quality of service affect consumer satisfaction	

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang Masalah.....	2
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	12

2.2.	Landasan Teori	20
2.2.1.	Harga	20
2.2.2.	Cita Rasa	21
2.2.3.	Kualitas Pelayanan	22
2.2.4.	Kepuasan Konsumen.....	24
2.3.	Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	25
2.2.5.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.2.6.	Pengaruh Cita Rasa terhadap Loyalitas Konsumen	25
2.2.7.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	26
2.3.	Pengembangan Hipotesis.....	26
2.4.	Kerangka Konseptual Penelitian	27
BAB III METODA PENELITIAN		28
3.1.	Strategi Penelitian.....	28
3.2.	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1.	Populasi penelitian	29
3.2.2.	Sampling dan Sampel penelitian.....	29
3.3.	Data dan Metoda Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Data Primer	30
3.3.2.	Metode Pengumpulan Data	31
3.4.	Operasional Variabel	32
3.4.1.	Instrumen Penelitian.....	32

3.4.2	Pengujian Instrumen Penelitian.....	33
3.5.	Metoda Analisis Data	35
3.5.1.	Pengolahan Data.....	35
3.5.2.	Penyajian Data	35
3.5.3.	Metode Analisis Statistik Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.2	Deskripsi Responden	44
4.2.1	Karakter Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	44
4.2.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	45
4.2.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	46
4.3	Deskripsi Data	46
4.4.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	48
4.4.1	Hasil Uji Validitas Variabel	48
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas Variabel	52
4.5.	Analisis Statistik Data	53
4.5.1	Uji Koefisien Determinasi.....	53
4.5.2	Analisis Regresi Linier berganda	55
4.5.3	Uji Asumsi Klasik	56
4.5.3	Pengujian Hipotesis (Uji t).....	59

4.5.5	Pengujian Hipotesis (Uji f).....	62
4.6.	Pembahasan hasil penelitian.....	63
4.6.1	Pengaruh Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).....	64
4.6.2	Pengaruh Cita Rasa (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	64
4.6.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)	65
4.6.4	Pengaruh Harga (X1), Cita Rasa (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Tentang Rasa Kopi	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Simpulan.....	67
5.2	Saran.....	68
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya .	70
DAFTAR REFERENSI		71
DAFTAR LAMPIRAN		73
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....		73
Lampiran 2. Tabulasi Kriteria Responden		79
Lampiran 3. Tabulasi untuk skor harga (X1).....		84
Lampiran 4. Tabulasi untuk skor cita rasa (X2).....		87
Lampiran 5. Tabulasi untuk skor kualitas pelayanan (X3)		90
Lampiran 6. Tabulasi untuk skor variabel kepuasan konsumen (Y).....		93
Lampiran 7. Hasil uji validitas variabel harga		96

Lampiran 8. Hasil uji validitas variabel cita rasa (X2)	97
Lampiran 9. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X3).....	98
Lampiran 10. Hasil uji validitas kepuasan konsumen (Y)	99
Lampiran 11. Hasil uji reliabilitas harga (X1)	100
Lampiran 12. Hasil uji reliabilitas cita rasa (X2)	100
Lampiran 13. Hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan (X3)	101
Lampiran 14. Hasil uji reliabilitas kepuasan konsumen (Y).....	101
Lampiran 15. Hasil uji regresi, uji T, uji F.....	102
Lampiran 16. Surat Izin Riset	103
Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	32
Tabel 3.2. Indikator Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	33
Tabel 4.1. Hasil Presentase Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2. Hasil Presentase Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3. Hasil Persentase Berdasarkan Pendidikan	41
Tabel 4.4. Hasil Persentase Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Harga X1	44
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Cita Rasa X2	45
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan X3.....	46
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Y	47
Tabel 4.9. Reliabilitas Variabel Harga X1, Cita Rasa X2, Kualitas Pelayanan X3 dan Kepuasan Konsumen Y	48
Tabel 4.10. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Harga (X1), Cita Rasa (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y)	49
Tabel 4.11. Hasil Uji t antara Harga, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	51
Tabel 4.12. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	53
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	54
Gambar 4.2 Uji heteroskedastisitas.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian	64
Lampiran 2.	Tabulasi Kriteria Responden	70
Lampiran 3.	Tabulasi Untuk Skor Harga X1	75
Lampiran 4.	Tabulasi Untuk Skor Cita Rasa X2	78
Lampiran 5.	Tabulasi Untuk Skor Kualitas Pelayanan	81
Lampiran 6.	Tabulasi Untuk Skor Variabel Kepuasan Konsumen (Y)....	84
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	87
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	88
Lampiran 9.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	89
Lampiran 10.	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	91
Lampiran 11.	Hasil Uji Reliabilitas Harga X1.....	92
Lampiran 12.	Hasil Uji Reliabilitas Cita Rasa X2	92
Lampiran 13.	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan X3	93
Lampiran 14.	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen Y	93
Lampiran 15.	Hasil Uji Regresi, Uji T, Uji F	94
Lampiran 16.	Surat Izin Riset	95
Lampiran 17.	Daftar Riwayat Hidup Peneliti	95