

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI KOPI TJAP GILING MALANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Achmad Panji Widodo

201710160311288

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI

SKRIPSI

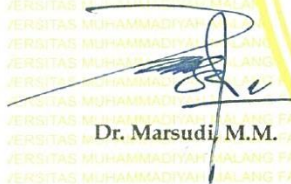
**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI TJAP GILING MALANG**

Oleh :

Achmad Panji Widodo
201710160311288


Diterima dan disetujui
pada tanggal 19 Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,



Kenny Roz, S.Kom., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI KOPI TJAP GILING MALANG


Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Achmad Panji Widodo
NIM : 201710160311288
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 19 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:


Pembimbing I : Dr. Marsudi, M.M.
Pembimbing II : Kenny Roz, S.Kom., M.M.
Penguji I : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.
Penguji II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Achmad Panji Widodo

NIM : 201710160311288

Program Studi : Manajemen

Surel : Achmadpanji97@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi- sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 28 Juni 2024

Yang membuat
pernyataan,



Achmad Panji Widodo

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KEDAI KOPI TJAP GILING MALANG**

Achmad Panji Widodo, Marsudi, Kenny Roz

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

Email : achmadpanji97@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada kedai kopi Tjap Giling Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan konsumen dari Kedai Kopi Tjap Giling Malang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kopi Tjap Giling Malang, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang, harga berpengaruh positif dan signifikan pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang, kualitas produk merupakan variabel dominan terhadap kepuasan pembelian pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang, artinya kepuasan Konsumen lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pembelian

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY AND
PRICE ON CONSUMER SATISFACTION AT TJAP GILING MALANG
COFFEE SHOP**

Achmad Panji Widodo, Marsudi, Kenny Roz
Management Study Program Faculty of Economic and Business

University Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

Email : achmadpanji97@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of service quality, product quality, and price on consumer satisfaction at Tjap Giling Malang coffee shop. This study uses a quantitative method with data collection using a questionnaire distributed to 100 respondents who are consumers of Tjap Giling Malang Coffee Shop. The data obtained were then analyzed using multiple linear regression to determine the influence of independent variables on dependent variables. Based on the results of the study, service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Tjap Giling Malang Coffee Shop, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction at Tjap Giling Malang Coffee Shop, price has a positive and significant effect on Tjap Giling Malang Coffee Shop, product quality is the dominant variable on purchase satisfaction at Tjap Giling Malang Coffee Shop, meaning that consumer satisfaction is more influenced by product quality..

Keywords: *Quality of Service, Product Quality, Price and Satisfaction of Purchase*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan taufiq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang”, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Teriring do’a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para Nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do’a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada’, para mushonnifin, para ulama’, dan seluruh umatnya, yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah M.M., Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Marsudi M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
5. Kenny Roz, S.Kom, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dengan sabar dalam melakukan bimbingan tugas akhir skripsi ini.
6. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M. selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan motivasi.
7. Terima kasih kepada ayahanda Saiful Fathoni, yang selalu memberikan semangat dan bekerja keras untuk pendidikan saya. Tak lupa juga

ibunda tercinta Wenny Sunarti, yang tak pernah lepas dari doa dalam setiap sujudnya.

8. Terima kasih kepada Bella Ayunda Kurniawati yang selalu menemani, memberikan dukungan serta doa dalam setiap kegiatan yang peneliti lakukan, terutama selama proses pengerjaan skripsi.
9. Terimakasih kepada teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu dan memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
10. Diri saya sendiri yang telah kooperatif berjuang selama ini. Terima kasih karena sudah berpikir positif ketika keadaan sedang tidak berpihak, dan terimakasih kepada diri sendiri yang selalu semangat dalam keadaan apapun.
11. Untuk pihak-pihak yang belum peneliti sebutkan, mohon maaf dan terima kasih sebesar-besarnya.

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, sayapersembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk menyempurnakan karya-karya saya selanjutnya. Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Malang, 27 Juni 2024

Penyusunan,



Achmad Panji Widodo

201710160311288

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
PERNYATAAN ORISINILITAS	II
ABSTRAK.....	III
ABSTRACT	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR TABEL.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.2 Kualitas Layanan	15
2.2.3 Kualitas Produk	18
2.2.4 Harga	20
2.3 Kerangka Berpikir.....	23
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Lokasi Penelitian.....	27
3.2 Jenis Penelitian.....	27

3.3	Populasi Dan Sampel	27
3.3.1	Populasi	27
3.3.2	Sampel	28
3.4	Variabel Penelitian	29
3.4.1	Variabel Bebas atau <i>Independent Variable</i> (X)	29
3.4.2	Variabel Terikat atau <i>Dependent Variable</i> (Y)	29
3.5	Definisi Operasional Variabel	29
3.6	Jenis Dan Sumber Data	31
3.7	Teknik Pengumpulan Data	32
3.8	Penskalaan Data	32
3.9	Uji Instrumen	33
3.9.1	Uji Validitas	33
3.9.2	Uji Reliabilitas	34
3.10	Uji Asumsi Klasik	35
3.10.1	Uji Normalitas	35
3.10.2	Uji Multikolonieritas	35
3.10.3	Uji Heteroskedastistas	35
3.11	Teknik Analisis Data	36
3.11.1	Rentang Skala	36
3.11.2	Regresi Linear Berganda	38
3.12	Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.2	Uji Instrumen Penelitian	43
4.2.1	Uji Validitas	43
4.2.2	Uji Reliabilitas	44
4.3	Uji Asumsi Klasik	45
4.3.1	Uji Normalitas	45
4.3.2	Uji Multikolinearitas	46
4.3.3	Uji Heterokedastistas	46
4.4	Teknik Analisis Data	47

4.4.1	Rentang Skala	47
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.5	Uji Hipotesis.....	56
4.5.1	Uji t.....	56
4.5.2	Uji Dominan	58
4.6	Pembahasan	58
4.6.1	Tanggapan Konsumen pada Kualitas Layanan, kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Tjap Giling Malang 58	
4.6.2	Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Tjap Giling Malang.....	59
4.6.3	Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Tjap Giling Malang	60
4.6.4	Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Tjap Giling Malang	61
4.6.5	Kualitas Produk Berpengaruh Dominan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Tjap Giling Malang	62
BAB V PENUTUP		63
5.1	Kesimpulan.....	63
5.2	Saran	64

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 3. 2 Skala Likert	24
Tabel 3. 3 Skala Penilaian.....	28
Tabel 4. 1 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden	31
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X1).....	32
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....	33
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X3).....	34
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	34
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4. 9 Persamaan Hasil Regresi	39
Tabel 4. 10 Uji t.....	40
Tabel 4. 11 Hasil Uji Dominan.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Penelitian Kepuasan Konsumen Kopi Tjap Giling	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Sumber: Data diolah, 2024	16
Gambar 4. 1 Histogram.....	36
Gambar 4. 2 P-P Plot.....	37



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah Tri Yulianingsih, I. H. (2018). Pengaruh Citra Destinasi, Promosi, Kualitas Pelayanan, Tempat dan Harga Terhadap Kepuasan Pengunjung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol 7 No 6* .
- Amorim, M. &. (2014). An investigation of service quality assesments across retail formats. *International Journal Of Quality and Service Sqiences*, 221-236.
- Fetriszen dan Aziz. (2019). Product Quality, Price, Promotion and Purchase Decision.
- Juwanto. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Rahayu Demak. *Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*.
- Kotler, A. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Amstrong. (2011). *Marketing on introduction*. Indonesia: Perason.
- Kotler dan amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Eirlangga.
- Kusdyah. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya).
- Lopez, P. E. (2017). Impact of training on improving service quality in small provincial restaurants. *Journal of Foodservice Business Research*, 1-16.
- Lupiyoadi. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba.
- Mohsan, F. M. (2011). Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intensions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, 263-270.
- Ni Nyoman Yulianthini, I. M. (2022). Pengaruh Lifestyle Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 2* .
- Parasuraman et al. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer preceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40.

- Parasuraman et al, .. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future reseach. *Journal Of Marketing*. Vol.49.
- Rahman, Z. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Ford. *Seiko Journal of Management and Business*, VOL. 2 NO. 1 .
- Sakti, G. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Kedai Kopi Rotary Malang). *Skripsi. (STIE) MALANGKUÇEÇWARA* .
- Samsul, R. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa*. Jakarta: Visi Media.
- Sangadji, S. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*.
- Sari, D. D. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen SIM CARD GSM Prabayar XL di Kota Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol 5, No 1.
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan : (Pendekatan Kuantitatif dan R & D)* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono & Chandra. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijayanti, T. (2012). *Marketing Plan Dalam Bisnis Second Edition*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.

Worodiyanti, N. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Elladerma Skin Care Malang. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya*.

Zakaria, D. G. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Tjap Giling Malang

ORIGINALITY REPORT

21 %	14 %	2 %	18 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to University of Muhammadiyah Malang Student Paper	8 %
2	eprints.umm.ac.id Internet Source	3 %
3	journal.stietenggarong.ac.id Internet Source	3 %
4	repository.usm.ac.id Internet Source	2 %
5	repositori.unsil.ac.id Internet Source	2 %
6	123dok.com Internet Source	2 %
7	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	2 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%