

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Kasus *Cafe Coffee And Beyond* Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUHAMMAD MIKHROM
NIM. 2013115308

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**
(Studi Kasus *Cafe Coffee And Beyond* Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MUHAMMAD MIKHROM
NIM. 2013115308

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **MUHAMMAD MIKHROM**

NIM : **2013115308**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Cafe Coffee And Beyond Pekalongan)”*** adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 12 Oktober 2021

Yang Menyatakan


MUHAMMAD MIKHROM
NIM. 2013115308

NOTA PEMBIMBING

H. Gunawan Aji, M.Si.

Ds. Grogol DK Turi, Kab. Tegal

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Mikhrom

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : MUHAMMAD MIKHROM

NIM : 2013115308

Jurusan : EKONOMI SYARIAH

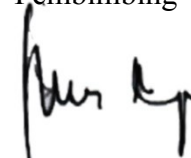
Judul : PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus Cafe Coffee And Beyond Pekalongan)

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara tersebut segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 12 Oktober 2021

Pembimbing



H. Gunawan Aji, M.Si.

NIP. 196902272007121001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **MUHAMMAD MIKHROM**
NIM : **2013115308**
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Cafe
Coffe And Beyond Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Rabu 03 November 2021 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Drajat Stiawan, M.Si

NIP. 198301182015031001

Penguji II

Versiandika Yudha Pratama, M.M.

NIP. 199101162019031006

Pekalongan, 01 November 2021

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.

NIP. 197502201999032001

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur atas nikmat Allah SWT, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan motivasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Kepada Sahabat dekat, Suci, Dzikron dan Romzul terimakasih telah memberi semangat dan selalu ada.
4. Kepada teman-teman Ekos angkatan 2015 reguler pagi dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian yang telah hadir dalam hidup membawa keceriaan, memberikan cerita, doa, dukungan serta bantuan yang tak terhingga kepada saya.

MOTTO

“Bahagiaku sederhana karena kebahagiaan yang hakiki adalah ketika kita bisa bermanfaat untuk orang lain”

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ

مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

“Janganlah kamu bersikap lemah dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”
(Surat Ali Imran ayat 139)

ABSTRACT

Muhammad Mikhrom. 2021. *The Influence of Price, Service Quality and Facilities on Consumer Satisfaction*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Pekalongan. Dosen Pembimbing: H. Gunawan Aji, M.Si.

The culinary business has experienced a very rapid increase in various regions, one of which is in Pekalongan City. It is proven that there are many restaurants or cafes with comfortable place and service facilities to attract customers and increase customer satisfaction, the number of restaurant/restaurant businesses in Central Java province has continued to grow since 2012. is a very promising business today. Of course, with the large number of restaurants/restaurants that continues to grow every year, the competitiveness will be even greater, therefore the owners of these restaurants or cafes need to think about strategies so that customers remain satisfied.

This research is a field research with a quantitative approach. Quantitative research emphasizes its analysis on numeral data (numbers) processed by statistics. The population of this study was sampled through Accidental Sampling, Accidental Sampling technique is taking respondents as a sample based on chance.

The results showed that the price (X_1) had a partial effect on consumer satisfaction (Y). This is evidenced by a significance level of $0.00 < 0.05$. Service quality (X_2) has a partial effect on customer satisfaction (Y). This is evidenced by a significance level of $0.00 < 0.05$. Facilities (X_3) have a partial effect on customer satisfaction (Y). This is evidenced by a significance level of $0.00 < 0.05$.

All independent variables, namely Price (X_1), Service Quality (X_2) and Facilities (X_3) have a simultaneous effect on customer satisfaction (Y). Based on the results of the regression analysis, the adjusted R Square value or the coefficient of determination R^2 is 0.384 or 38.4%. This shows that the variables Price (X_1), Service Quality (X_2) and Facilities (X_3) have a contribution of 38.4% in explaining the variable Consumer Satisfaction (Y).

Keywords: Price, Service Quality, Facilities and Customer Satisfaction (Y)..

ABSTRAK

Muhammad Mikhrom. 2021. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut agama Islam Negeri Pekalongan. Dosen Pembimbing: H. Gunawan Aji, M.Si.

Bisnis kuliner mengalami peningkatan yang sangat pesat di berbagai daerah, salah satunya yaitu di Kota Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan bahwa banyak sekali rumah makan atau kafe dengan fasilitas tempat dan pelayanan yang nyaman untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, jumlah usaha restoran/rumah makan di provinsi Jawa Tengah terus mengalami pertumbuhan sejak tahun 2012. Dari data tersebut membuktikan bahwa bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan saat ini. Tentunya dengan jumlah restoran/rumah makan yang sangat banyak dan terus bertambah setiap tahunnya akan meningkatkan daya saing yang semakin besar, oleh karena itu para pemilik rumah makan atau kafe tersebut perlu memikirkan strategi agar para pelanggan tetap merasa puas.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numeral (angka) yang diolah dengan statistik. Populasi dari penelitian ini sampelnya diambil melalui *Accidental Sampling*, teknik *Accidental Sampling* yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.

Seluruh variabel independen yaitu Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai *adjusted R Square* atau koefisien determinasi R^2 sebesar 0,384 atau 38,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Fasilitas (X_3) memiliki kontribusi sebesar 38,4% dalam menerangkan variabel Kepuasan Konsumen (Y).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Konsumen (Y).

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen”* yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini, penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. H. Zaenal Mustaqim, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Muhammad Aris Safi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. H. Gunawan Aji, M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang dengan sabar meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dr. Siti Qomariyah M.A selaku wali dosen penulis yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan arahan, dukungan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta staf.
7. Orang tua dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 12 Oktober 2021
Penulis



MUHAMMAD MIKHROM
NIM. 2013115308

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	iv
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KERANGKA TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Harga.....	9
a. Pengertian Harga.....	9
b. Indikator Harga.....	12
c. Penetapan Harga.....	12
d. Tujuan Penetapan Harga.....	14
e. Harga dalam Perspektif Islam.....	15

2. Kualitas Pelayanan.....	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
c. Karakteristik Pelayanan.....	23
d. Kualitas Pelayanan dalam perspektif Islam.....	24
3. Fasilitas.....	25
a. Pengertian Fasilitas.....	25
b. Faktor-faktor dalam fasilitas.....	26
c. Unsur-unsur dalam fasilitas.....	27
d. Fasilitas dalam Perspektif Islam.....	27
4. Kepuasan Konsumen.....	27
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	27
b. Indikator Kepuasan Konsumen.....	29
c. Pentingnya kepuasan konsumen.....	29
d. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	30
e. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam.....	32
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Berpikir.....	43
D. Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Data dan Pendekatan Penelitian.....	45
B. Sumber Data.....	46
C. Variabel Penelitian.....	46
D. Populasi dan Sampel.....	51
E. Instrumen Penelitian dan Metode Pengumpulan Data.....	53
F. Metode Analisis Data.....	54
1. Uji Instrumen.....	54
a. Uji Validitas.....	54
b. Uji Reliabilitas.....	54
2. Uji Asumsi Klasik.....	55
a. Uji Normalitas.....	56

b. Uji Multikolinearitas.....	56
c. Uji Heteroskedastisitas.....	57
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4. Uji Hipotesis	59
a. Uji t (Parsial).....	59
b. Uji F simultan.....	59
c. Koefisien Determinasi R^2	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
A.Deskripsi Data.....	61
B.Analisis Data.....	64
1. Hasil Uji Instrumen.....	64
a. Uji Validitas.....	64
b. Uji Reliabilitas.....	65
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66
a. Uji Normalitas.....	66
b. Uji Multikolinearitas.....	68
c. Uji Heteroskedastisitas.....	69
d. Uji Linearitas.....	71
3. Analisis Regresi linier Berganda.....	73
4. Analisis Uji Hipotesis	75
a. Uji t (Parsial).....	75
b. Uji F simultan.....	76
c. Analisis Koefisien Determinasi R^2	77
C.Pembahasan	78
BAB V PENUTUP.....	80
A.Kesimpulan.....	80
B.Keterbatasan Penelitian.....	80
C.Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner mengalami peningkatan yang sangat pesat di berbagai daerah, salah satunya yaitu di Kota Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan bahwa banyak sekali rumah makan atau kafe dengan fasilitas tempat dan pelayanan yang nyaman untuk menarik minat pelanggan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu dengan memberikan harga serta kualitas pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan.

Harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Berdasarkan definisi ini, harga atas suatu barang atau jasa tidak saja sejumlah nilai yang tertera di daftar harga atau labelnya, tetapi fasilitas atau pelayanan lain yang diberikan pihak penjual kepada pihak pembeli.

Kemudian kualitas pelayanan, merupakan suatu profit strategi untuk menarik lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus. Kualitas pelayanan juga sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap pelanggan agar pelanggan merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Pemilik usaha yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Catur, 2001).

Menurut Kotler & Keller (2009) hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai image atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran. Berikut adalah jumlah perkembangan restoran/rumah makan menurut data Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2012-2019.

Tabel 1.1
Data Jumlah Perkembangan Restoran/Rumah Makan di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2012-2019

Tahun	Jumlah Restoran/Rumah Makan	Pertumbuhan
2012	1.728	-
2013	1.828	5,8%
2014	2.697	47,5%
2015	2.752	2%
2016	2.847	3,5%
2017	3.149	11%
2018	3.790	20%

Sumber: BPS Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2019

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah usaha restoran/rumah makan di provinsi jawa tengah mengalami peningkatan sejak tahun 2012 walaupun presentase pertumbuhan di setiap tahunnya berbeda-beda. Dari data tersebut membuktikan bahwa bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan saat ini. Tentunya dengan jumlah restoran/rumah makan yang sangat banyak dan terus bertambah setiap tahunnya akan meningkatkan daya saing yang semakin besar, oleh karena itu para pemilik rumah makan atau kafe tersebut perlu memikirkan strategi agar para pelanggan tetap merasa puas.

Berkumpul bersama teman atau rekan kerja di rumah makan atau kafe sekarang sudah menjadi trend yang kemudian mulai menjadi sebuah

kebiasaan dan kebutuhan bagi sebagian masyarakat perkotaan, tidak terkecuali remaja (usia sekolah), mahasiswa, eksekutif muda, bahkan sampai ibu rumah tangga dapat berkumpul bersama teman-teman, untuk sekedar bersosialisasi, reuni, dan membahas berbagai peluang bisnis bersama relasi-relasi mereka. Fenomena itulah yang menciptakan sebuah kebutuhan akan tempat yang nyaman dengan makanan yang enak dan fasilitas yang memadai. Dengan perubahan gaya hidup di masyarakat tentunya membuat usaha kuliner menjadi berkembang dan semakin maju, terbukti bahwa peningkatan jumlah usaha kuliner semakin meningkat setiap tahunnya.

Salah satu kafe yang dibangun pada tahun 2015 yaitu *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan. *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan tentunya memiliki persaingan bisnis yang ketat dan kompetitif karena sudah banyak kafe yang terlebih dahulu ada di Kota Pekalongan. Dalam persaingan yang sangat ketat tersebut, hal utama yang harus diprioritaskan oleh pemilik usaha adalah kualitas pelayanan agar dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan harus selalu melakukan evaluasi terhadap kinerjanya. Evaluasi tersebut dilakukan untuk meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan dan penetapan harga yang sesuai, sehingga konsumen merasa puas dan tidak akan berpaling ke kafe yang lain.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan oleh peneliti yaitu *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan adalah salah satu kafe yang mengusung konsep *industrial style* dengan *unfinished look* yang lebih menonjolkan

kejujuran material dengan furniture seperti meja dan kursi yang dibuat sendiri oleh pihak kafe. *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan menawarkan berbagai jenis kopi yang disajikan dengan proses penyeduhan langsung didepan pengunjung. Selain menyediakan kopi, di *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan juga menyediakan menu makanan khas western dan nusantara. Salah satu menu makanan khas *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan adalah Chicken De'coffe yaitu berupa hidangan ayam dengan saos kopi.

Fasilitas yang ada di kafe ini adalah charger dan wifi. Tentunya dengan bermodalkan menu yang cukup menarik dan dengan harga yang terbilang murah, mampu untuk mengimbangi daya saing dengan usaha kuliner yang lain. *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan terletak di Jalan Diponegoro No.15, Dukuh, Pekalongan Utara, Kota Pekalongan. Lokasi tersebut sangat strategis karena berada di pusat perkotaan Kota Pekalongan, namun banyak sekali rumah makan maupun kafe yang berada di sekitar jalan tersebut, sehingga akan membuat daya saing usaha semakin ketat.

Bertambahnya jumlah usaha kuliner di Kota Pekalongan tentunya akan menambah tantangan sekaligus ancaman bagi *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya. Beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yaitu dengan membuat pelanggan merasa puas. Penetapan harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik merupakan beberapa strategi yang dilakukan oleh *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan agar pelanggan

merasa puas, karena kualitas pelayanan sangat mencerminkan citra dari kafe tersebut, artinya penting bagi *Coffee And Beyond Cafe Kota Pekalongan* untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk menjaga tingkat kepuasan pelanggan. Kemudian fasilitas, fasilitas juga merupakan strategi yang dilakukan oleh *Coffee And Beyond Cafe Kota Pekalongan* agar pelanggan merasa puas, dimana dengan adanya fasilitas dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka konsumen juga akan merasa puas.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Coffee And Beyond Cafe Kota Pekalongan)*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond Cafe Kota Pekalongan*?
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond Cafe Kota Pekalongan*?

3. Apakah fasilitas secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak diantaranya :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan pemikiran yang bermanfaat tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat selain sebagai bahan informasi juga sebagai literature atau bahan informasi ilmiah serta dapat menjadi referensi buat peneliti lain yang ingin mengangkat atau mengembangkan mengenai masalah yang serupa.
3. Bagi *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu eksistensi *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan dan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi mengenai Landasan Teori, Telaah Pustaka, Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang paparan hasil analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis serta pembahasan Pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap terhadap kepuasan konsumen pada *Coffee And Beyond* Cafe Kota Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Said Kelana dan Wijaya, Chande. 2005. *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Crosby, Philip B. 1986. *Quality Without Tears*. Singapore: McGraw Hill
- Diputra, Yudha Bagja. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Arwana Di Jakarta”. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2008. Jakarta: Gramedia Ed. IV, Cet. I
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice-Hall Inc, Ninth Edition
- Kotler. Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran terjemahan benyamin molen, edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT indeks.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga
- Lovelock dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Persepektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Moenir, H.A.S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara Ed. I, Cet. VI
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Pasalong, Harbani. 2008. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta
- Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta : Mediakom
- Qardhawi, Yusuf . 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi. 2013. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Rismianto, E Catur dan Suratno, Ig. Bondan. 2001. Pemasaran Barang dan Jasa. Yogyakarta: Kanisius
- Santosa, Purbayu Dwi dan Asharu. 2005. Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel dan SPSS. Yogyakarta : ANDI
- Sanusi, Anwar. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. 2012. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiyono. 2007. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabet
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumar'in. 2013. Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam. Yogyakarta: Graha Ilmu,.
- Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS
- Swastha, Basu dan W, Ibnu Sukotjo. 1988. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjibtono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husain. 2003. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Umar, Husein. 1998. Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. Jakarta: PT SUN
- Umar, Husein. 2001. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Usmara, A. 2003. Strategi Baru Manajemen Pemasaran Cet. I. Yogyakarta: Amara Books
- William J, Stanton. 1998. Prinsip Pemasaran. Jilid Idan II, (Terjemah Lamarto), Edisi Ketujuh,. Jakarta: Erlangga.
- Yazid. 2003. Pemasaran Jasa Konsep dan Iplementasi. Yogyakarta: EKONISIA
- Umar, Husein. 1998. Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. Jakarta: PTSUN.
- Lemeshow, Stanley dkk. 1997. Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghazali, Imam. 2005. Analisis Multivariates dengan program SPSS, Edisi ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, Said Kelana dan Wijaya, Chande. 2005. *Riset Keuangan: Pengujian-Pengujian Empiris*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Azwar, Saifuddin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. 1999. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Crosby, Philip B. 1986. *Quality Without Tears*. Singapore: McGraw Hill
- Diputra, Yudha Bagja. 2007. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Arwana Di Jakarta”. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2008. Jakarta: Gramedia Ed. IV, Cet. I
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey: Prentice-Hall Inc, Ninth Edition
- Kotler. Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran terjemahan benyamin molen, edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT indeks.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Ketiga*. Jakarta: Erlangga
- Lovelock dan John Wirtz. 2011. *Pemasaran Jasa Persepektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Moenir, H.A.S. 2002. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara Ed. I, Cet. VI
- Nasution, M. N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Pasalong, Harbani. 2008. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta
- Priyanto, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta : Mediakom
- Qardhawi, Yusuf . 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi. 2013. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

- Rismianto, E Catur dan Suratno, Ig. Bondan. 2001. Pemasaran Barang dan Jasa. Yogyakarta: Kanisius
- Santosa, Purbayu Dwi dan Asharu. 2005. Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel dan SPSS. Yogyakarta : ANDI
- Sanusi, Anwar. 2011. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. 2012. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiyono. 2007. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabet
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sumar'in. 2013. Ekonomi Islam: Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam. Yogyakarta: Graha Ilmu,.
- Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS
- Swastha, Basu dan W, Ibnu Sukotjo. 1988. Pengantar Bisnis Modern. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta
- Tjibtono, Fandy. 2011. Pemasaran Jasa. Malang : Bayu Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husain. 2003. Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Umar, Husein. 1998. Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. Jakarta: PT SUN
- Umar, Husein. 2001. Studi Kelayakan Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Usmara, A. 2003. Strategi Baru Manajemen Pemasaran Cet. I. Yogyakarta: Amara Books
- William J, Stanton. 1998. Prinsip Pemasaran. Jilid Idan II, (Terjemah Lamarto), Edisi Ketujuh,. Jakarta: Erlangga.
- Yazid. 2003. Pemasaran Jasa Konsep dan Iplementasi. Yogyakarta: EKONISIA
- Umar, Husein. 1998. Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. Jakarta: PTSUN.
- Lemeshow, Stanley dkk. 1997. Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. 2011. SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghazali, Imam. 2005. Analisis Multivariates dengan program SPSS, Edisi ketiga. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

