



**PENGARUH HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP MINI POPOLO BOGOR**

Oleh:

Nama : Dovenio Timnata

NIM : 77190076

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program studi Ilmu Administrasi Bisnis
Konsentrasi Kewirausahaan



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2023

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN SUASANA CAFE TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN COFFEE SHOP MINI POPOLO BOGOR**

Diajukan oleh

Nama : Dovenio S.T.A Timnata

NIM : 77190076

Jakarta, 19 April 2023

Disetujui oleh :

Pembimbing



(Muhammad Fuad, S.E., MP.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April 2023

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Dovenio Saut Tulus Aaron Timnata / 77190076 / Pengaruh Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan / Muhammad Fuad, SE., MP.

Bisnis di bidang industri makanan dan minuman khususnya Coffee Shop berkembang pesat di era globalisasi saat ini. Konsumsi Kopi terus mengalami peningkatan selama beberapa tahun terakhir ini terjadi akibat munculnya trend baru di masyarakat terutama di kalangan muda yang dimana menjadi kan coffe shop menjadi tempat nongkrong dan kopi sebagai minuman untuk menemani berkumpul dan menghabiskan waktu yang dimana di akibatkan karena trend ini menjadikan itu sebagai peluang bagi para pengusaha untuk memmbuka usaha dengan bahan dasar kopi sehingga banyak sekali bermunculan coffe shop di Indonesia terutama di Kota Bogor.

Penelitian ini meneliti pengaruh Harga dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Pelanggan. *Coffee Shop Mini* Popolo Bogor, Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga, suasana Toko (*café*) Dan kepuasan Pelanggan. Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu independent yang terdiri dari Harga dan Suasana Toko sedangkan dependent variabel terdiri dari Kepuasan Pelanggan. Objek penelitian ini adalah *Mini Popolo*.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 101 sampel pelanggan *Mini Popolo* yang Berdomisili di Kota bogor dengan teknik *simple non probability sampling*, lalu untuk menemukan hasil penelitian menggunakan uji analisis regresi berganda.

Diketahui bahwa korelasi variable independent yaitu harga dan suasana toko dengan variable dependen memiliki nilai R square 33,5% yang berarti variable harga dan suasana toko memiliki cukup kemampuan untuk menjelaskan dan memberikan informasi terkait variable dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Kedua variabel bebas yaitu Harga dan Suasana Toko memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Mini Popolo* Disarankan *Mini Popolo* dapat memperhatikan para Pelanggan terutama untuk memberikan Suasana toko yang nyaman dan baik sehingga pelanggan merasa puas dan disarankan juga agar *Mini Popolo* juga memberikan promosi menarik berupa potongan harga untuk menarik pelanggan baru.

Kata Kunci : Harga, Suasana *Café*, Suasana Toko, Kepuasan Pelanggan, Coffee Shop

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRACT

Dovenio Saut Tulus Aaron Timnata / 77190076 / *The Influence of Price and Café Atmosphere on Customer Satisfaction* / Muhammad Fuad, SE., MP.

Business in the food and beverage industry, especially coffee shops, is growing rapidly in the current era of globalization. Coffee consumption has continued to increase over the last few years due to the emergence of a new trend in society, especially among young people, where coffee shops are places to hang out and coffee is a drink to accompany gathering and spending time which results because this trend makes it a opportunities for entrepreneurs to open businesses with coffee-based ingredients so that lots of coffee shops have sprung up and the proliferation of coffee franchises in Indonesia.

This study examines the effect of Price and Store Atmosphere on Customer Satisfaction. Coffee Shop Mini Popolo Bogor, The theory used in this study is price, shop atmosphere (café) and customer satisfaction. There are two types of variables in this study, namely independent which consists of Price and Store Atmosphere while the dependent variable consists of Customer Satisfaction. The object of this research is Mini Popolo.

The research method used is multiple linear regression analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 101 samples of Mini Popolo customers who live in Bogor City using a simple non-probability sampling technique, then to find the results of the study using multiple regression analysis tests.

It is known that the correlation of the independent variables, namely price and store atmosphere with the dependent variable has an R squared value of 33.5%, which means that the price and store atmosphere variables have sufficient ability to explain and provide information related to the dependent variable, namely customer satisfaction.

The two independent variables, namely Price and Store Atmosphere, have a positive and significant influence on Mini Popolo's Customer Satisfaction. price cuts to attract new customers.

Keywords: Price, Café Atmosphere, Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Coffee Shop



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan YME. atas berkatNya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah "Pengaruh Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop Mini Popolo Bogor" Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ekonomi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Muhammad Fuad, S.E., MP. selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai pengalaman kepada peneliti dan selalu sabar menghadapi peneliti yang sering kali teledor dan sedikit ceroboh.
2. Kepada orangtua saya tercinta yang selalu setia mendukung di dalam suka maupun duka.
3. Kepada teman-teman saya yang selalu membantu menyediakan waktu untuk menjadi pembimbing karya akhir dan yang menyediakan tempat untuk peneliti menginap untuk menyelesaikan karya akhir ini.
4. Bapak Hisar Sirait Selaku Rektor Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
5. Ibu Sylvia selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi Ilmu Adimnistrasi Bisnis Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi IAB yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapat berkah dari Tuhan YME. Dan



akhirnya saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan ilmu yang saya miliki. Untuk itu saya dengan kerendahan hati mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak demi membangun laporan penelitian ini.

Jakarta, 15 Maret 2023

(Dovenio S.T.A. Timnata)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Batasan Penelitian	5
E. Rumusan Masalah	5
F. Tujuan Penelitian	5
G. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Landaan Teoritis	7
1. Harga	7
2. <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	12
3. Kepuasan Pelanggan	17
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka pemikiran	24
1. Pengaruh Harga terhadap kepuasan Pelanggan	24
2. Pengaruh suasana toko terhadap kepuasan Pelanggan	24
D. Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Desain Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
1. Populasi Penelitian	27
2. Teknik Pengambilan Sampel	28





D. Lokasi Penelitian.....	29
E. Variabel Penelitian.....	29
1. Variabel Penelitian.....	29
2. Skala yang digunakan dan definisi Operasional Variabel.....	29
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas.....	35
3. Analisis Deskriptif.....	36
4. Uji Asumsi Klasik.....	38
5. Analisis Regresi Berganda.....	40
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	43
1. Profil Responden.....	44
2. Hasil Uji Validitas.....	47
3. Hasil Uji Reliabilitas.....	51
B. Analisis Deskriptif.....	51
1. Harga.....	51
2. Suasana Toko.....	53
3. Kepuasan Pelanggan.....	54
C. Hasil Penelitian.....	55
1. Uji Asumsi Klasik.....	55
2. Analisis Regresi Berganda.....	57
D. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
2. Pengaruh Suasana <i>Cafe</i> Terhadap Kepuasan pelanggan.....	61
3. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	23
Tabel 3.1	Skala Likert	30
Tabel 3.2	Indikator harga.....	31
Tabel 3.3	Indikator Suasana Cafe.....	32
Tabel 3.4	Indikator Kepuasan Pelanggan	33
Tabel 3.5	Rentang Skala.....	37
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	45
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Kelompok Pekerjaan.....	46
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Kelompok Pendapatan	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Indikator Harga.....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Suasana Toko	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Indikator Kepuasan Pelanggan	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.9	Analisis Deskriptif Harga	52
Tabel 4.10	Analisis Deskriptif Suasana Toko	53
Tabel 4.11	Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan	54
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolineritas.....	56
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedasitas	57
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Berganda.....	57
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	58
Tabel 4.17	Hasil Uji Statistik F.....	59
Tabel 4.18	Hasil Uji Statistik t	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Daftar Harga Kopi dan Non Kopi Mini Popolo.....	11
Gambar 2.2	List Harga Dessert Mini Popolo	12
Gambar 2.3	List Harga Makanan Mini Popolo	12
Gambar 2.4	Suasana Cafe.....	17
Gambar 2.5	Hipotesis	25
Gambar 4.1	Logo Mini Popolo.....	43



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuisisioner.....	67
LAMPIRAN 2	Uji Validitas.....	70
LAMPIRAN 3	Uji Reliabilitas.....	72
LAMPIRAN 4	Uji Asumsi Klasik.....	73
LAMPIRAN 5	Uji Regresi.....	75
LAMPIRAN 6	Uji Analisis Deskriptif.....	76



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.