

**PENGARUH DESAIN, PERSEPSI HARGA, DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI KASUS ANGKRINGAN BAE PURWOKERTO)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

IAIN PURWOKERTO

Oleh:
TRISKIA AYU NABILA
NIM: 1617201124

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2020**

**Pengaruh Desain, Persepsi Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan
Konsumen
(Studi Kasus Angkringan Bae Purwokerto)**

**Triskia Ayu Nabila
NIM. 1617201124**

E-mail: triskianabila11@gmail.com

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto**

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dilihat dari gambaran yang didapat dari hasil observasi maka variable yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu desain, persepsi harga dan fasilitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana desain, persepsi harga, dan fasilitas mempengaruhi kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian survey dengan menggunakan analisis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah sampel *incidental* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti sejumlah 100 orang. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan wawancara. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Metode analisis data dengan metode analisis regresi linier berganda. Dengan pengujian hipotesis dengan uji t, uji F dan uji determinan (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Desain berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.501 > 1.984$). (2) Persepsi Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.536 > 1.984$). (3) Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto, yang dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1.987 > 1.984$), dan desain, persepsi harga, dan fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Angkringan Bae Purwokerto yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 12.899 > F_{tabel} 2.31$ dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$.

Kata Kunci: kepuasan konsumen, desain, persepsi harga, dan fasilitas.

**The Effect of Design, Price Perception, and Facilities on Satisfaction
Consumer
(Case Study of Angkringan Bae Purwokerto)**

**Triskia Ayu Nabila
NIM. 1617201124**

E-mail: triskianabila1@gmail.com

*Islamic Economics Department, Economics and Islamic Business Faculty
State Islamic Institute of Purwokerto*

ABSTRACT

Consumer satisfaction is the feeling of pleasure or disappointment of someone who appears after comparing the performance (results) of the product thought against the expected performance. Some of the factors that affect consumer satisfaction are seen from the description obtained from the observation results, the variables that will be used in this study are design, price perception and facilities. The purpose of this study was to determine how the design, price perception, and facilities affect consumer satisfaction at Angkringan Bae Purwokerto.

*This research is a survey research using quantitative research analysis. The sample used is the incidental sample, namely anyone who happens to meet the researcher with a total of 100 people. Sources of data in this study use primary data and secondary data. The data collection techniques used were questionnaires, observation and interviews. The validity test of the data used in the study was the validity test and the reliability test. The classical assumption test used is the normality test, heteroscedasticity test and multicollinearity test. Methods of data analysis with multiple linear regression analysis. And hypothesis testing with the *t* test, *F* test and determinant test (R^2).*

The results of this study indicate that (1) design affects consumer satisfaction in Angkringan Bae Purwokerto, as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($2.501 > 1.984$). (2) Price Perception affects consumer satisfaction in Angkringan Bae Purwokerto, as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($3.536 > 1.984$). (3) Facilities have an effect on Consumer Satisfaction in Angkringan Bae Purwokerto, as evidenced by the value of $t_{count} > t_{table}$ ($1.987 > 1.984$), and design, price perception, facilities, simultaneously affect consumer satisfaction in Angkringan Bae Purwokerto as evidenced by the value of $F_{count} 12.899 > F_{table} 2.31$ with a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: consumer satisfaction, design, price perception, and facilities.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	10
1. Kepuasan Konsumen	10
2. Desain	15
3. Harga	18
4. Fasilitas	24
5. Angkringan	26
B. Kajian Pustaka	27
C. Kerangka Berfikir	30
D. Hipotesis	33

E. Landasan Teologis	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	36
B. Tempat dan Waktu Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel Penelitian	37
D. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian	38
E. Sumber Data	40
F. Teknik Pengumpulan Data	40
G. Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Sejarah Angkringan Bae	47
B. Struktur Organisasi Perusahaan	49
C. Karakteristik Responden	49
1. Responden Berdasarkan Usia Konsumen	49
2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
3. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	50
D. Analisis Hasil Penelitian	51
1. Uji Keabsahan Data	51
2. Uji Asumsi Klasik	54
3. Analisis Regresi Linier Berganda	57
4. Uji Hipotesis	59
E. Pembahasan Penelitian	63
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	68
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, persaingan bisnis maupun usaha sangat ketat. Terlebih pada bisnis makanan dan minuman saat ini berkembang dengan pesat, baik dalam skala kecil, sedang, hingga besar. Oleh sebab itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi di lingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik kepuasan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. (Irham,2010). Semakin banyaknya usaha kecil ataupun besar yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis yang menyebabkan persaingan semakin ketat. Munculnya berbagai usaha yang bersifat sejenis tersebut juga lambat laun akan memberikan dampak bagi para konsumen untuk semakin selektif dalam menentukan pilihan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang baik kepada konsumen. (Sebrica et al,2013).

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira. Menurut Zeithaml dan Bitner (2000) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Firmansyah, 2018).

Menurut Irawan (2009) berpendapat ada 5 (lima) *driver* utama kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor

emosional, dan kemudahan. (Daga, 2017). Menurut Tjiptono & Chandra (2005), faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah adanya fasilitas yang diberikan seorang pengusaha. Kemudian Menurut Nirwana (2004) terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fisik atau fasilitas fisik, diantaranya desain. (Krisdayanto, Haryono and Gagah 2018).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dilihat dari gambaran yang didapat dari hasil observasi maka variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu desain, harga dan fasilitas. Desain merupakan faktor yang sering memberi keunggulan kompetitif pada perusahaan. (Kotler & Keller, 2009). Desain dan tata letak fasilitas jasa erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Sejumlah tipe jasa, persepsi yang terbentuk dari interaksi antara pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut di mata pelanggan. (Indra Lutfi Sofyan, Jurnal, 2013). Selain itu dalam mencapai kepuasan konsumen adalah harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi. (Yuniarti, 2015). Persepsi juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen, faktor yang berpengaruh terhadap persepsi adalah harga. Persepsi perusahaan dapat dibentuk melalui penetapan harga. Pemilihan ketiga variabel independen tersebut dilakukan atas dasar hasil observasi yang dilakukan dengan mengamati secara langsung apa yang terjadi di lapangan.

Desain adalah pembangunan fisik yang dihadapi manusia mempertimbangkan aspek kreatifitas, nilai-nilai inovasi, nilai-nilai ekonomi, kemajuan teknologi nilai-nilai estetika, sosial, lingkungan dan nilai-nilai moralitas pada kurun waktu tertentu yang memberikan perbaikan, perubahan dan peningkatan kualitas hidup manusia. (Malik, 2016). Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, desain yang dimiliki oleh Angkringan Bae mempunyai daya tarik tersendiri dibandingkan dengan tempat usaha yang serupa. Desain ditempat tersebut memiliki konsep seperti cafe yang memberikan kesan lebih modern. Sedangkan harga menurut Kotler dan Armstrong (2008) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu

produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. (Ummu Habibah, 2016). Berdasarkan observasi, harga yang ditawarkan di Angkringan Bae terjangkau untuk setiap konsumen yang berkunjung. Dan juga terdapat inovasi dari menu yang disediakan dengan harga yang juga terjangkau. Walaupun dengan desain yang seperti cafe harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan tempat usaha angkringan lainnya. Adapun fasilitas, menurut Kotler (2009) fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. (Sofyan, 2013). Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, fasilitas yang disediakan oleh pihak Angkringan Bae menarik konsumen untuk berkunjung karena terdapat beberapa fasilitas wifi, toilet, tempat parkir yang memberikan nilai lebih. Fasilitas tersebut tidak bisa dijumpai jika kita pergi ke angkringan yang tidak memiliki desain seperti cafe. Fasilitas yang ada tersebut memberikan kenyamanan bagi para konsumen.

Kedai angkringan pertama kali diperkenalkan oleh seseorang yang bernama Mbah Pairo. Beliau adalah orang asli Klaten yang kemudian merantau ke Yogyakarta. Sekitar decade 1950-an Mbah Pairo menjajakan jualannya dengan cara dipikul dengan berkeliling kota Yogyakarta. Semakin terkenal Mbah Pairo maka ia tidak lagi memikul dagangannya, beliau memilih menggunakan sebuah gerobak kaki lima dengan mendiami suatu tempat yang dilengkapi dengan kursi panjang untuk para pembeli. Angkringan dianggap sebagai tempat sosialisasi antar warga, apalagi dengan harga yang murah sehingga tempat ini menjadi sarana berkumpulnya masyarakat antar kelas sosial. (<https://www.google/yukepo>, diakses pada tanggal 27 Oktober 2020).

Kata angkringan berasal dari Bahasa pergaulan Jawa, angkring atau nangkring yang memiliki arti duduk santai dan lebih bebas. Para pembeli yang duduk di bangku kayu memanjang di sekitar gerobak angkringan dapat mengangkat atau melipat satu kaki naik ke atas kursi. Angkringan merupakan salah satu bentuk variasi dari kaki lima. Pada awalnya, penjual angkringan

tidak menggunakan gerobak dorongan beroda dua, melainkan pikulan yang terbuat dari belahan batang bambu. Di kedua ujungnya digantungkan dua set perangkat, serta dilengkapi sebuah bangku untuk penjual. Satu set angkringan dilengkapi alat dan bahan minuman yang akan diolah, termasuk anglo atau tungku berbahan bakar arang. Sementara, set yang lain memuat bahan makanan siap saji yang hanya perlu dibakar kembali di atas tungku. Perlengkapan kios berjalan ini masih sangat sederhana mengingat frekuensi perpindahannya cukup tinggi.

Konsep angkringan lain yang kita kenal adalah gerobak dorong dari kayu dengan tungku arang. Di atasnya ceret besar berjumlah tiga buah sebagai alat utama menghadirkan bahan minuman. Tak lupa yang menambah suasana remang-remang eksotis adalah lampu minyak kaca semprong (lampu teplok) menerangi di tengahnya. Tempat duduk menggunakan kursi kayu panjang mengelilingi sekitar gerobak yang dinaungi terpal plastik gulung sebagai tenda. Perpaduan bersahaja ini menjadi estetika angkringan yang terbentuk melawan waktu dan perkembangan jaman. Meski begitu, inilah yang menjadi daya tarik luar biasa dari warung angkringan. Dengan konsep kebersahajaan ini warung angkringan mencoba menghadirkan berbagai pilihan menu kuliner yang bersahaja pula. (Risyda Azizah, Skripsi, 2015).

Berbagai konsep menarik kuliner ini mulai dikembangkan dengan balutan nuansa alami hingga modern. Salah satunya yaitu Angkringan Bae. Menurut Bapak Itang selaku pendiri Angkringan Bae bahwa angkringan yang berdiri pada tahun 2013 ini mulai dibuka dengan pertimbangan tren angkringan pada saat itu sedang naik, angkringan bae menjadi angkringan pertama yang menerapkan konsep seperti cafe di Purwokerto. Sejak saat itu pemilik angkringan merencanakan pembukaan angkringan ini dengan konsep yang berbeda dengan angkringan pada umumnya yang identik dengan mendirikan tempat untuk berjualan dipinggir jalan. Konsep yang dimiliki oleh Angkringan Bae ini adalah konsep seperti cafe dimana angkringan ini mempunyai tempat sendiri untuk berjualan dengan fasilitas yang memadai.

Pada saat Angkringan Bae ini berdiri hanya sedikit pengunjung, bahkan sebagian besar adalah kerabat saja. Setelah banyak orang yang

membicarakan tentang angkringan bae ini menjadi semakin ramai. Alasan mereka datang ke angkringan ini awalnya karena kebanyakan pengunjung di angkringan bae ini merupakan seorang wanita, mereka tidak nyaman berada di angkringan yang di pinggir jalan karena angkringan biasanya dikuasai oleh kaum pria yang merokok atau bermain gitar. Dengan adanya Angkringan Bae ini pengunjung wanita merasa nyaman karena bisa menikmati angkringan. Menu dan harga yang ada di angkringan ini hampir sama saja dengan angkringan pada umumnya, tetapi ada penambahan menu yang lebih variatif di Angkringan Bae ini. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pihak Angkringan Bae terkait dengan pendapatan usaha bahwa pendapatan yang mereka peroleh cenderung stabil padahal dengan adanya desain atau konsep angkringan yang lebih modern, harga yang juga standar, menu yang variatif dan fasilitas yang ada seharusnya pendapatan yang didapatkan oleh angkringan bae semakin meningkat.

Tabel 1
Pendapatan Angkringan Bae Pada Bulan Januari-Juni 2020

No	Bulan/Tahun	Omset
1.	Januari/2020	Rp 69.934.656
2.	Februari/2020	Rp 59.312.983
3.	Maret/2020	Rp 48.004.438
4.	Mei/2020	Rp 7.404.415
5.	Juni/2020	Rp 27.756.392

Sumber data: Hasil data primer.

Berdasarkan tabel pendapatan di atas dapat dijelaskan bahwa bulan Januari 2020 pendapatan yang didapat oleh Angkringan Bae yaitu sejumlah Rp 69.934.656. Lalu dibulan berikutnya pendapatan yang didapat oleh Angkringan Bae sejumlah Rp 59.312.983, di bulan Februari pendapatan yang didapat mengalami penurunan sebesar Rp 10.621.673. Dibulan berikutnya yaitu bulan Maret pendapatan yang didapat sejumlah Rp 48.004.438, di bulan Maret juga mengalami penurunan sejumlah 11.308.545, pada bulan Maret penurunan pendapatan di Angkringan Bae lebih tinggi dibandingkan bulan

Februari. Pada bulan Maret angkringan hanya buka pada tanggal 1-23 saja dikarenakan adanya wabah virus covid19 yang terjadi di Indonesia yang sudah mulai menyebar hingga Purwokerto mengakibatkan banyaknya tempat makan, toko dan fasilitas hiburan lainnya ditutup. Wabah virus covid19 ini menyebabkan angkringan bae terpaksa ditutup sampai akhir bulan Mei. Oleh karena itu pendapatan pada bulan Mei yang didapat hanya sejumlah Rp 7.404.415. Kemudian pada bulan Juni pendapatan yang didapat sejumlah Rp 27.756.392, di bulan Juni juga mengalami penurunan pendapatan karena masih adanya wabah virus covid19 yang menyebabkan tidak banyak konsumen yang datang ke Angkringan Bae Purwokerto.

Selain hal-hal yang telah disebutkan diatas yang menjadi alasan peneliti melakukan penelitian di Angkringan Bae, Angkringan Bae juga memiliki keunggulan yang tidak dimiliki angkringan lain yang sejenis di Purwokerto seperti angkringan Wedangan Asik. Angkringan Wedangan Asik merupakan angkringan yang didirikan pada tahun 2018 yang mempunyai desain cafe seperti Angkringan Bae. Walaupun Wedangan Asik memiliki desain yang lebih modern daripada Angkringan Bae tetapi Wedangan Asik tidak memiliki fasilitas yang lebih memadai dari Angkringan Bae seperti tidak adanya fasilitas wifi untuk para konsumen. Selain itu Wedangan Asik juga memiliki lokasi yang kurang strategis dan harga yang diberikan juga relatif lebih mahal. Oleh karena itu, peneliti tidak tertarik melakukan penelitian di angkringan Wedangan Asik dan lebih memilih Angkringan Bae sebagai lokasi penelitian.

Dari latar belakang di atas maka penulis akan melakukan penelitian mengenai pengaruh desain angkringan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto. Peneliti memilih Angkringan Bae Purwokerto dikarenakan angkringan bae merupakan angkringan pertama di Purwokerto dengan konsep dan desain yang beda dibandingkan dengan angkringan pada umumnya. Angkringan Bae mampu menciptakan strategi dan mempunyai nilai yang lebih serta unggul dalam suatu usaha perdagangan kuliner. Dan berdasarkan observasi, penulis tertarik dengan angkringan bae karena memiliki desain seperti cafe. Setelah melakukan wawancara dengan

pemilik usaha tersebut bahwa angkringan bae tidak hanya memiliki desain seperti cafe tetapi harga yang diberikan juga terjangkau dengan menu yang inovatif dan dengan berbagai fasilitas memadai yang disediakan oleh angkringan bae. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana kepuasan konsumen terhadap angkringan bae dengan adanya faktor-faktor yang sesuai dengan keadaan tersebut dengan judul **“Pengaruh Desain, Persepsi Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Angkringan Bae Purwokerto)”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan jawabannya melalui pengumpulan data (Sugiyono,2018). Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan diatas mengenai Pengaruh desain angkringan, harga dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan, tersusun rumusalan masalah yang akan dikaji yaitu:

1. Bagaimana pengaruh desain terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto?
4. Bagaimana pengaruh desain, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.
 - b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.
 - c. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.
 - d. Untuk mengetahui pengaruh desain, persepsi harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.
2. Manfaat Penelitian
 - a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini sangat berguna untuk memperoleh pemahaman dan untuk memperdalam kajian ilmu pengetahuan yang telah didapat selama perkuliahan. Selain itu juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengetahui terkait Pengaruh desain angkringan, harga dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan untuk masyarakat umum dan juga mahasiswa pada khususnya atau juga digunakan sebagai bahan referensi di kemudian hari.

- b. Manfaat Empiris

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dan pertimbangan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan kesetiaan pelanggan dari Angkringan Bae.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran dan memudahkan pembahasan dalam skripsi ini, maka akan disajikan sistematika pembahasan yang merupakan garis besar dari skripsi yang akan disusun oleh penulis. Sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

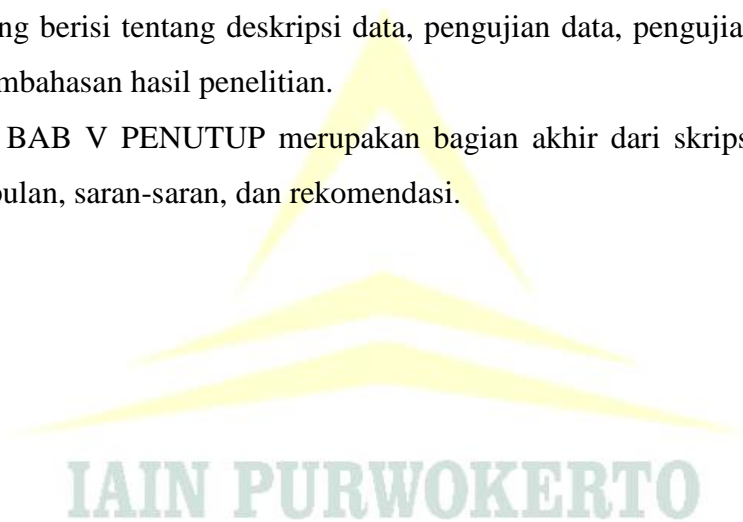
BAB 1 PENDAHULUAN merupakan bab yang berisi latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI merupakan bab yang berisi uraian mengenai deskripsi konseptual, hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN merupakan bab yang menjelaskan tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variable penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN merupakan bab yang berisi tentang deskripsi data, pengujian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP merupakan bagian akhir dari skripsi yang berisi kesimpulan, saran-saran, dan rekomendasi.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Variabel desain berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel desain berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bae Purwokerto. Variabel persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bae Purwokerto. Variabel fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bae Purwokerto. Variabel desain, persepsi harga, dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel desain, persepsi harga, dan fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Angkringan Bae Purwokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain yaitu:

1. Bagi Angkringan Bae Purwokerto

Pihak Angkringan Bae perlu mempertahankan dan meningkatkan indikator dari masing-masing variabel desain angkringan, harga, dan fasilitas karena secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Meningkatkan kepuasan konsumen juga bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan kerapian disetiap sudut tempat yang ada di Angkringan Bae agar pengunjung merasa lebih nyaman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya peneliti diharapkan menambah beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga pihak Angkringan Bae Purwokerto dapat meningkatkan serta memperbaiki untuk mencapai keuntungan yang maksimal. Dan diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu upaya informasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2011. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, Dan Berbisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Ratih Hurriyati. 2008. *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa . *Manajemen dan Keuangan*, 662-663.
- Aziz, Fahtul Aminudin. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-bayan.
- Azizah, Risyda. 2015. "Angkringan Sebagai Unsur Tradisional Tempat Interaksi Sosial Masyarakat Perkotaan. Skripsi. Tidak di terbitkan. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan:Jakarta.
- Daga, R. 2017. *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research And Consulting Intitute.
- Fahmi, Irham. 2010. *Manajemen Risiko Teori,Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Febriani, S.Nufian, et al. 2018. *Teori Dan Praktis:Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang:UB Press.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fitrah, Muh dan Luthfiyah. 2017. *Metodologi Penelitian*. Jawa Barat: CV
- Fitria Solahika Salma, R. T. 2015. Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya. *JESTT*, 327.
- Hermawan, Iwan. 2019. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Kuningan:Hidayatul Quran Kuningan.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.

- Krisdayanto, Iqbal, et al. 2018. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Café Lina Putra Net Bandungan" Vol 4, No 4.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi, Edisi Ketiga*. Yogyakarta:STIM YKPN.
- Kurniati. 2015. "Strategi Adaptasi Pedagang Angkringan Dalam Mempertahankan Eksistensi Hidup Studi di Kawasan JL. K.H Ali Maksum Krapyak Yogyakarta (Perbandingan Antara Angkringan Tradisional Versus Angkringan Modern) dalam Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia Volume V No.2
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mahendra, Kadek Adhiyaksa. 2016. *Pengaruh Desain Interior Terhadap Ketertarikan Pemakai Dalam Memilih Budget hotel Di Surabaya*. Tesis. Tidak di terbitkan. Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya:Surabaya.
- Malik, Kendall. 2016. *Kapita Selekta Desain*. Sumatera Barat: ISI Padangpanjang.
- Ma'sumah, S. 2019. *Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul Dan Hipotesis Penelitian*. Purwokerto: CV.Rizquna.
- Pardede, Ratlan, dan Tarcicius Yudi Haryadi. 2017. "Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen." Dalam Journal of Business & Apllied Management Vol.10 No.1
- Putra, Adrianus Ryan Wahana. 2018. *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Desain Café & Resto Pada Minat Berkunjung Ulang*. Skripsi. Tidak di terbitkan. Fakultas Ekonomi Universitas Sana Dharma Yogyakarta: Yogyakarta.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Kesehatan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:CV Budi Utama.
- Sangaji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen dan Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sebrica, Della, et al. 2013. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Djowo Sekatul

- Situmeang, Lina Sari, 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*. Skripsi. Tidak di terbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara: Sumatera Utara.
- Siyoto, Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:Literasi Media Publishing.
- Soewito, Yudhi, 2013. “*Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*” dalam Jurnal EMBA Vol.1 No.3.
- Sofyan, Indra Lutfi, et al. 2013. “*Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*” dalam Diponegoro Journal Of Social And Politic.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanti, D. A. 2016. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah. *Analytica Islamica, Vol. 5, No. 2., 375-376*.
- Susanti, Deery Anzar. 2016. “*Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah*” dalam Analytica Islamica , Vol. 5 No. 2.
- Tjiptono, Fandi. 1997. *Total Quality Service*. Yogyakarta: Gramedia
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Triningtyas, D. A. 2017. *Survey Permasalahan Bimbingan Dan Konseling*. Jawa Timur: CV AE Media Grafika.
- Triningtyas, Diana Ariswanti. 2017. *Survey Permasalahan Bimbingan Dan Konseling*. Jawa Timur: CV AE Media Grafika.
- Umami, Risatul, et al. 2019. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café*” dalam Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi Volume 15 Nomor 2.

- Umar, H. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan perilaku Karyawan: Paradigma Posivistik Dan Berbasis Pemecahan Masalah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ummu Habibah, S. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Ekonomi dan Bisnis*, 36.
- Vitomo, Dian. 2018. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad Medan*. Skripsi. Tidak di terbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara: Sumatera Utara.
- Wijaya, Cynthia Violita. 2017. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy” dalam AGORA Vol. 5, No. 1.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen dan Teori Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yusri. 2016. *Ilmu Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zulfikar dan I. Nyoman Budiantara. 2014. *Manajemen Riset Dengan Pendekatan Komputasi Statistika*. Yogyakarta: CV Budi Utama.



IAIN PURWOKERTO