

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DITINJAU
DARI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN
PADA KONSUMEN SATE DAN GULAI KAMBING MUDA DI DEPOT
PAK EKO DESA SATAK, KECAMATAN PUNCU, KABUPATEN KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

YULIANA SARI

NPM : 16.1.02.02.0027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDRI
2020**

Skripsi oleh :

YULIANA SARI

16.1.02.02.0027

Judul :

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DITINJAU
DARI KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN
PADA KONSUMEN SATE DAN GULAI KAMBING MUDA DI DEPOT
PAK EKO DESA SATAK, KECAMATAN PUNCU, KABUPATEN KEDIRI.**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitian Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal : 20 Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Sri Aliami..M.M.

NIDN. 0716086403

Pembimbing II,



Ema Nurzainul H..S.E., M.M.

NIDN. 0727127801

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Yuliana Sari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl.Lahir : Kediri/ 27 Juli 1998
NPM : 16.1.02.02.0027
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

Menyatakan yang sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 20 Juli 2020

Yang Menyatakan,



[Handwritten Signature]
YULIANA SARI

NPM : 16.1.02.02.0027

Motto :

Bukanlah ilmu yang semestinya mendatangimu, tetapi kamulah yang seharusnya mendatangi ilmu itu (Imam Malik)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini

Terimakasih Kepada ibuku dan ayahanda (alm) yang menjadi alasan untuk tidak menyerah dan terus berjuang

Terimakasih Sahabatku yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Abstrak

Yuliana Sari: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri, Skripsi, Manajemen, FIB Un PGRI Kediri, 2020.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

Persaingan bisnis makanan saat ini semakin lama semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi sehingga perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Persaingan yang ketat dalam usaha bisnis membuat para pelaku usaha berlomba-lomba menunjukkan keunggulan masing-masing produknya dan berbagai macam strategi *marketing* digunakan untuk memuaskan konsumen.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui : (1) Pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (2) Pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (3) Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (4) Pengaruh antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara silmutan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian bersifat kausal pengumpulan datanya dengan menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan melakukan pembelian di Depot Pak Eko. Sampel yang digunakan berjumlah 60 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling insidental*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS for windows versi 23*.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (2) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (3) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko. (4) kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda pada Depot Pak Eko.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas Ridhonya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Pada Konsumen Sate Dan Gulai Kambing Muda Di Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri”**.

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.,
2. Dr. Subagyo, M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Sri Aliami, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
5. Ema Nurzainul H., S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.
7. Bapak dan Ibu Eko pemilik Depot Sate dan Gulai Kambing di Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

- 8 Seluruh karyawan Depot Sate dan Gulai Kambing Muda Pak Eko yang bersedia membantu, memberikan pengarahan serta memberikan kritik maupun saran kepada penulis selama melakukan penelitian.
- 9 Para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk membantu dalam pengisian kuesioner.
- 10 Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari hasil skripsi ini kurang sempurna baik dari segi bahasa, alur, isi, dan masalah yang ada dalam skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik maupun saran yang dapat membangun dari para pembaca.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak

Kediri, 20 Juli 2020



Yuliana Sari

NPM: 16.1.02.02.0027

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan Penelitian.....	9

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori.....	10
1. Kepuasan Konsumen.....	10
a. Definisi Kepuasan Konsumen.....	10
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	10
c. Mengukur Kepuasan Konsumen	11
d. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen	12
2. Kualitas Produk.....	13
a. Pengertian Kualitas Produk.....	13
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi	

Kualitas Produk.....	14
c. Dimensi Kualitas Produk	14
d. Indikator Kualitas Produk	16
3. Harga.....	17
a. Definisi Harga.....	17
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga	18
c. Tujuan Penetapan Harga	18
d. Strategi Penetapan Harga	18
e. Indikator Harga	20
4. Kualitas Pelayanan	20
a. Definisi Kualitas Pelayanan	20
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	21
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	22
d. Indikator Kualitas Pelayanan	22
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berpikir.....	25
D. Kerangka Konseptual.....	27
E. Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	30
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	30
2. Definisi Operasional Variabel.....	31
B. Jenis dan Teknik Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian.....	33
2. Teknik Penelitian	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian	34
1. Tempat Penelitian.....	34
2. Waktu Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi Penelitian.....	35

2. Sampel Penelitian.....	35
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Instrumen Penelitian.....	36
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	40
a. Uji Validitas.....	42
b. Uji Reabilitas.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	47
1. Analisis Deskripti.....	47
2. Uji Asumsi Klasik.....	48
a. Uji Normalitas.....	48
b. Uji Multikolinieritas.....	49
c. Uji Heteroskedastisitas.....	50
d. Uji Autokorelasi.....	50
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4. Uji Koefisien Determinasi.....	51
5. Uji Hipotesis.....	52
a. Uji t.....	52
b. Uji F.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	54
2. Gambaran Umum Responden.....	55
a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
b. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
B. Deskripsi Data Variabel Penelitian.....	57
1. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk.....	57
2. Deskripsi Data Variabel Harga.....	61
3. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan.....	65
4. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen.....	70
C. Analisis Data.....	74
1. Uji Asumsi Klasik.....	74

a. Uji Normalitas	74
b. Uji Multikoliniritas	75
c. Uji Autokorelasi	76
d. Uji Heteroskedastisitas	77
2. Analisis Regresi Linier Berganda	77
3. Koefisien Deteminasi 80	
4. Uji Hipotesis	80
a. Uji t	80
b. Uji F	81
D. Pembahasan	82
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen	82
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsume	83
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	83
4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	84
 BAB V KESIMPULAN IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi	87
C. Saran	88
 DAFTAR PUSTAKA	90
 LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pedoman Pemberian Skor ³⁷	
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 3.5 Distribusi Frekuensi	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk	57
Tabel 4.4 Deskripsi Nilai Rata-Rata Kualitas Produk	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tentang Harga	62
Tabel 4.6 Deskripsi Nilai Rata-Rata Harga.....	65
Tabel 4.7 Tanggapan Responden tentang Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4.8 Deskripsi Nilai Rata-Rata Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden tentang Kepuasan Konsumen	70
Tabel 4.10 Deskripsi Nilai Rata-Rata Kepuasan Konsumen	73
Tabel 4.11 Deskripsi Nilai Rata-Rata	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.13 Tabel Autokorelasi.....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi	80

Tabel 4.16 Hasil Uji t	80
Tabel 4.17 Hasil Uji F	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot	75
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- A. Kisi-kisi Instrumen
- B. Kuesioner Penelitian
- C. Hasil Data Penelitian
- D. Teknik Analisis Data
- E. Surat Pengantar/Izin Penelitian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis makanan saat ini semakin lama semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor yang mempengaruhi kegiatan ekonomi sehingga perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Persaingan yang ketat dalam usaha bisnis membuat para pelaku bisnis berusaha untuk menunjukkan keunggulan dengan berbagai strategi *marketing* yang digunakan untuk memuaskan konsumen. Sebagai konsekuensinya, kualitas produk harus lebih baik dibandingkan perusahaan lain, harga terjangkau, dan memberikan layanan prima agar konsumen merasakan puas. Strategi ini harus terintegrasi dan bersinergi baik secara internal maupun eksternal untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, perusahaan idealnya memiliki salah satu keunikan atau menentukan beberapa karakteristik yang memiliki daya saing.

Realita persaingan dalam paparan di atas, memotivasi perusahaan untuk menciptakan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, penentuan atau penetapan harga bersaing, serta memberikan pelayanan melebihi harapan konsumen. Apabila keinginan dan kebutuhan konsumen terpenuhi diharapkan mampu menciptakan rasa puas. Hal ini selaras dengan pendapat yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2012:129) bahwa, kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis adalah

memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa atau layanan yang berkualitas serta harga bersaing.

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan atas kinerja dan harapan. Konsumen akan merasa puas jika kinerja yang diberikan melebihi dari apa yang diharapkan para konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap barang ataupun jasa yang diberikan, kemungkinan besar akan membeli ulang dari para penyedia barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, perusahaan yang dapat memuaskan semua para konsumen akan meningkatkan keuntungan dan pangsa pasarnya karena ada pembelian ulang. Kepuasan konsumen ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler dan Keller 2012:138-139). Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan biaya dan kemudahan (Daryanto 2014:54).

Salah satu yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian adalah kualitas produk. Apabila ingin menciptakan kepuasan konsumen, maka produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas dan bervariasi sesuai keinginan para konsumen. Kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji untuk memuaskan kebutuhan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2012:110). Terdapat hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Sukmawati, 2018). Kualitas produk makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga akan lebih baik bila

dapat meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk makanan (Kotler dan Armstrong 2012:112).

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen selain dipengaruhi oleh kualitas produk dapat juga dari keterjangkauan harga. Harga merupakan salah satu faktor penentu pembelian dalam menentukan suatu keputusan pembelian terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Harga semata - mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swastha dan Handoko 2010:147). Terdapat hasil penelitian yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Samhah, 2016). Sebaik apapun kualitas produk dan keterjangkauan harga, kepuasan konsumen bisa ditentukan oleh kualitas pelayanan.

Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan baik. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan secara realistis diterima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan terhadap atribut - atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan

baik dan memuaskan dan apabila yang diterima melampaui harapan konsumen maka kualitas layanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa tingkat layanan yang diberikan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2016:125). Sesuai dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (wijaya, 2017).

Ketiga pembentuk kepuasan konsumen di atas belum tentu semua perusahaan bisa memenuhi. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh pelayanan yang kurang ramah, penyajian yang kurang menarik, dan bisa juga sebabkan harga yang mahal. Pada kenyataannya kepuasan itu harus diciptakan dan tingkatkan dengan strategi kualitas produk yang baik dan pelayanan yang baik.

Pada era sekarang, salah satu usaha yang sangat diminati oleh masyarakat yakni usaha makanan. Mengingat, makanan merupakan kebutuhan pokok yang selalu dicari oleh konsumen. Merintis usaha makanan tidak terlalu membutuhkan modal yang banyak atau cenderung menyesuaikan dengan jenis makanan yang akan dijual. Selain itu, bisnis makanan merupakan jenis usaha yang memiliki prospek baik, tentunya apabila direncanakan secara baik untuk mendapatkan kepercayaan konsumen.

Dipercaya dan disukai oleh konsumen, bukanlah hal yang mudah didapat, karena persaingan usaha terutama makanan cepat saji sate dan gulai yang

semakin ketat dengan mengandalkan resep para pelaku bisnis agar laku di pasaran. Segmentasi pada bisnis ini tinjau dari aspek demografi yang artinya berapapun usiannya, apapun jenis kelaminnya, berapapun tingkat ekonominya dan apapun tingkat pendidikannya mampu mengkonsumsi sate dan gulai. Konsumen depot sate dan gulai dapat dinikmati siapa saja, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa maupun lanjut usia. Produk makanan dari sate dan gulai ini dapat dinikmati oleh laki-laki maupun perempuan sehingga siapapun dapat mencobanya. Depot sate dan gulai tidak memiliki pangsa pasar tertentu dalam memasarkan produknya. Konsumen bisa datang dari kalangan pelajar, mahasiswa, pengusaha, pejabat, hingga selebritas. Hal ini membuktikan bahwa semua orang dapat menikmati sate dan gulai dengan harga yang terjangkau.

Depot Sate dan Gulai Kambing Muda Pak Eko merupakan salah satu jenis usaha yang menghasilkan produk berupa makanan. Idealnya konsumen yang membeli sate dan gulai mendapatkan rasa puas, baik ditinjau dari kualitas produk (makanan), harga, dan pelayanan. Depot Sate dan Gulai Kambing Muda pak Eko berlokasi di Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri berdiri sejak tahun 2006, tentunya diharapkan mengetahui data empiris tentang kepuasan konsumen baik ditinjau dari kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Berdasarkan survei dan awal wawancara sari peneliti, Sejak tahun berdirinya Depot ini tidak pernah sepi pelanggan. Konsumen yang datang dari orang-orang yang memiliki pendapatan berbeda-beda. Konsumennya, diantaranya adalah orang yang gemar melakukan wisata kuliner dan pecinta sate dan gulai.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini dipilih variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sebagai fokus dari penelitian. Untuk itu, penulis ingin memperoleh data secara empiris melalui penelitian. Adapun judul yang diteliti yakni **“Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Ditinjau Dari Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Pada Konsumen Sate Dan Gulai Kambing Muda Di Depot Pak Eko Desa Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang ada sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen merupakan target utama dari perusahaan. Namun demikian, cukup banyak perusahaan belum berusaha menciptakan dan meningkatkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Tidak jarang pula konsumen menyampaikan komplain disebabkan baik dari aspek bauran pemasaran maupun proses dan sistem pelayanan.
2. Faktor pembentuk kepuasan konsumen terutama dari aspek bauran pemasaran perlu dimaksimalkan baik dari kualitas produk, keterjangkauan harga, saluran distribusi maupun ketepatan dari media dan konten atau pesan isi saat promosi. Realita dalam dunia bisnis pengusaha ada kecenderungan menciptakan produk tidak berdasarkan keinginan dan

kebutuhan konsumen, tetapi produk yang dihasilkan hanya semata-mata berorientasi pada kemampuan memproduksi.

3. Pengusaha saat melakukan penentuan harga tanpa ada kecenderungan melalui proses perhitungan secara detail sesuai dengan biaya yang dikeluarkan. Sebagai dampaknya terjadi harga produk terlalu mahal menurut segmentasi pasar tertentu.
4. Kualitas pelayanan menunjukkan pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan dalam menimbulkan rasa puas pada setiap konsumen. Pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen harus ramah dan tepat waktu. Pada realitanya banyak perusahaan atau beberapa depot belum menerapkan layanan prima pada saat berinteraksi dengan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, di atas untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada masalah faktor - faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ditinjau dari kualitas produk (mengacu pada makanan pada sate dan gulai), harga, dan kualitas pelayanan. Objek yang diteliti adalah para konsumen melakukan pembelian di Depot Sate dan Gulai Kambing Pak Eko Satak, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri. Periode penelitian dilakukan pada tahun 2020.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko?
2. Adakah pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko?
4. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang :

1. Pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.
2. Pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.
3. Pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.

4. Pengaruh antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara silmutan terhadap kepuasan konsumen pada Sate dan Gulai Kambing Muda di Depot Pak Eko.

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoretis

- a. Sebagai sumbangan pemikiran ilmu ekonomi khususnya dalam bidang pemasaran dan sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah bauran pemasaran, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di perguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan pemikiran dan mempertajam kemampuan pengamatan dan penganalisisan terhadap fenomena dalam dunia bisnis.

2. Kegunaan Praktis

Dapat memberikan masukan bagi para wirausahawan dalam upaya kegiatan pemasaran. Dalam hal ini memberikan pengetahuan tentang kualitas produk yang menarik, harga yang tidak terlalu mahal, dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen.

- Daryanto, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Kotler, Philip , Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 14). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Samhah, H. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen OOST Kafe surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(12).
- Sukmawati, R. 2018. analisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, Volume 7(2).
- Swastha, Basu & Handoko, H. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen* (Pertama). Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.
- wijaya, violita C. 2017. Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Jurnal Agora*, 5(1).