

**KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI REPUTASI MEREK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA
PADA DEPO-PAM KEDIRI**

SKRIPSI

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



Oleh :

**WANDA LEVIANA KASIATANINGTYAS
2112010418**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

Skripsi Oleh:

WANDA LEVIANA KASIATANINGTYAS

NPM: 2112010418

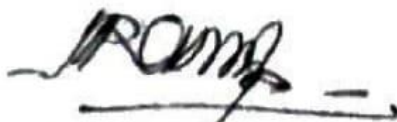
Judul:

**KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI REPUTASI MEREK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA
PADA DEPO-PAM KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 8 Juli 2025

Pembimbing I,



Dr. Sri Aliandi, M.M.
NIDN. 0716086403

Pembimbing II,



Rony Kurniawan, M.M.
NIDN. 0730076804

Skripsi Oleh:

WANDA LEVIANA KASIATANINGTYAS

NPM: 2112010418

Judul:

**KEPUASAN KONSUMEN DITINJAU DARI REPUTASI MEREK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA
PADA DEPO-PAM KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Pada tanggal: 8 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | |
|---------------|-----------------------------|
| 1. Ketua | : Dr. Sri Aliami, M.M. |
| 2. Penguji I | : Dyah Ayu Paramitha, M.AK. |
| 3. Penguji II | : Rony Kumiawan, M.M. |



Mengetahui,
Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

Motto: Tidak ada pemberian orang tua yang paling berharga kepada anaknya daripada pendidikan akhlak mulia.

(HR. Bukhari)

Kupersembahkan karya ini kepada:

Seluruh keluargaku terkasih

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Wanda Leviana Kasiataningtyas
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri, 20 Mei 2002
NPM : 2112010418
Fak/Jur/Prodi : FEB/ SI Manajemen

Menyatakan dengan 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, 8 Juli

2025
Yang menyatakan



WANDA LEVIANA K.
NPM: 2112010418

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas Ridho-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga pada Depo-PAM Kediri ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini disampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Dr. Sri Aliami, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Rony Kurniawan, M.M. Selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Bapak dan Ibu, serta keluarga besar yang telah memberi dukungan, do'a, motivasi, dan materi.
7. Pemilik Depo-PAM Kediri yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Sahabat dan juga teman-teman yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan motivasi.
9. Terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 8 Juli 2025



WANDA LEVIANA K.
NPM: 2112010418

RINGKASAN

Wanda Leviana Kasiataningtyas Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga pada Depo-PAM Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UN PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Reputasi Merek, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, UMKM

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh hasil observasi peneliti bahwa kepuasan konsumen di Depo-PAM Kediri belum sepenuhnya stabil. Beberapa konsumen mengeluhkan pelayanan yang kurang konsisten dan membandingkan harga dengan pesaing lain, yang mengindikasikan adanya faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen secara langsung. Hal ini mendorong peneliti untuk menganalisis pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Untuk itu, Penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Apakah reputasi merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (3) Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen? (4) Apakah reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen?. Sedangkan tujuan dalam penelitian ini yakni untuk menganalisis faktor kepuasan yang dipengaruhi oleh reputasi merek, kualitas layanan, dan persepsi harga baik secara parsial maupun simultan pada DEPO PAM Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 40 responden konsumen Depo-PAM Kediri. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS. Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *Fhitung* serta mampu menjelaskan 54,2% variasi dalam kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada pihak manajemen Depo-PAM Kediri untuk terus menjaga reputasi merek melalui pelayanan yang konsisten dan transparansi informasi. Kualitas pelayanan juga perlu ditingkatkan melalui pelatihan staf, dan harga yang ditawarkan perlu dikaji secara berkala agar tetap kompetitif. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan konsumen, promosi, atau pengalaman pelanggan untuk memperluas pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
 BAB II LANDASAN TEORI	 7
A. Kepuasan Konsumen	7
1. Hakikat Kepuasan Konsumen	7
2. Tujuan Kepuasan Konsumen.....	7
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	7
4. Indikator Kepuasan Konsumen	8
5. Penelitian Terdahulu Kepuasan Konsumen.....	9
B. Reputasi Merek.....	10
1. Hakikat Reputasi Merek.....	10
2. Tujuan Reputasi Merek	10
3. Faktor yang mempengaruhi Reputasi Merek	11
4. Indikator Reputasi Merek.....	11
5. Penelitian Terdahulu Reputasi Merek.....	12
C. Kualitas Pelayanan	13
1. Hakikat Kualitas Pelayanan	13
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
3. Tujuan Kualitas Pelayanan.....	14
4. Indikator Kualitas Pelayanan	15
5. Penelitian Terdahulu Kualita Pelayanan.....	15
D. Persepsi Harga	17
1. Hakikat Persepsi Harga	17

2. Tujuan Penetapan Harga	17
3. Faktor yang mempengaruhi Persepsi Harga.....	17
4. Indikator Persepsi Harga	18
5. Penelitian Terdahulu Persepsi Harga.....	18
E. Kerangka Berpikir	20
F. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Desain Penelitian	22
1. Pendekatan Penelitian	22
2. Teknik Penelitian.....	22
B. Definisi Operasional	22
C. Instrumen Penelitian.....	24
D. Tempat dan Jadwal Penelitian	28
1. Tempat Penelitian.....	28
2. Waktu Penelitian	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	29
F. Populasi dan Sampel.....	30
G. Prosedur Penelitian	31
H. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan	51
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	55
A. Simpulan.....	55
B. Implikasi	55
C. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap Terkait Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Kepuasan Konsumen.....	9
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Reputasi Merek	12
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Kualitas Pelayanan	15
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Persepsi Harga	18
Tabel 3.1 Nilai Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 3.2 Kisi – kisi Instrumen Penelitian	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	27
Tabel 3.4 Reliabilitas Instrumen Penelitian	28
Tabel 4. 1 Daftar Outlet Depo-PAM	37
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Status.....	40
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Reputasi Merek (X1)	42
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	43
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Persepsi Harga (X3).....	44
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 3. 1 Peta Lokasi Penelitian (Depo-PAM Kediri)	29
Gambar 3. 2 Prosedur Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Depo-PAM Kediri	38
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas.....	46
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	64
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	69
Lampiran 3. <i>Output</i> Analisis Data (SPSS)	73
Lampiran 4. Surat Pengantar/ Ijin Penelitian	73
Lampiran 5. Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	90
Lampiran 6. Berita Acara Bimbingan	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat, tidak hanya pada skala besar, tetapi juga di sektor UMKM. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha, termasuk usaha depo air minum, untuk mampu bertahan dan berkembang dengan merancang strategi pemasaran yang tepat. Strategi ini penting untuk mempertahankan siklus hidup produk atau jasa agar tetap diminati konsumen. Dalam konteks ini, reputasi merek, kualitas pelayanan, dan penetapan harga menjadi elemen penting yang harus diperhatikan agar usaha tetap kompetitif dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Pemasaran merupakan aktivitas untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai pada konsumen (Mustafa et al., 2024). Tujuan utama pemasaran adalah memenuhi kebutuhan konsumen dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dalam upaya tetap kompetitif, memahami faktor-faktor penentu kepuasan konsumen menjadi sangat penting (Rombe & Parinsi, 2023). Dalam jangka pendek, pemasaran bertujuan menarik konsumen baru dan meningkatkan penjualan, sedangkan dalam jangka panjang fokusnya adalah mempertahankan pelanggan melalui pengalaman positif yang konsisten. Oleh karena itu, pemahaman terhadap kepuasan konsumen menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran jangka pendek maupun jangka panjang.

Depo-PAM Kediri merupakan usaha ritel yang bergerak di bidang pengisian air minum isi ulang, melayani berbagai segmen pelanggan seperti rumah tangga, usaha kecil, dan pengguna individu. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik dari depot air minum lain maupun layanan pesan antar berbasis digital, Depo-PAM Kediri perlu memastikan bahwa reputasi merek, kualitas layanan, dan strategi harga yang diterapkan mampu memenuhi harapan pelanggan serta meningkatkan kepuasan.

Kepuasan konsumen merupakan gradasi nilai atau *value* yang dirasakan pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau layanan, yang dipengaruhi oleh harapan, pengalaman, dan persepsi terhadap kualitas, harga, serta pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen mencerminkan tingkat kebutuhan dan harapannya terpenuhi oleh produk atau layanan (Kristianto & Wahyudi, 2019). Kepuasan ini muncul ketika pengalaman konsumen sesuai atau melebihi ekspektasi, sementara ketidakpuasan terjadi jika harapan tidak tercapai. Jika tingkat kepuasan konsumen tinggi, maka konsumen berpotensi membeli kembali barang tersebut (Wicaksana, 2020). Kepuasan konsumen sangatlah penting dicapai oleh suatu perusahaan karena dengan kepuasan konsumen yang bagus tentu akan bisa membuat konsumen loyal (Nurkariani & Kurniantara, 2022). Suatu produk akan gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya (Dilla et al., 2022). Penelitian terdahulu yang menganalisis faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, mengemukakan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Brilian & Haris, 2023).

Reputasi merek di Depo-PAM Kediri berperan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Dalam persaingan industri air minum, konsistensi kualitas, ketersediaan produk, serta transparansi harga menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, memahami pengaruh reputasi merek terhadap kepuasan pelanggan menjadi langkah strategis untuk meningkatkan layanan dan daya saing depot air. Reputasi merek adalah persepsi publik terhadap suatu merek berdasarkan pengalaman, interaksi, dan citra yang terbentuk dari waktu ke waktu (Mukaromah & Paludi, 2023). Reputasi merek merupakan aset yang berharga bagi perusahaan dan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu merek atau produk (Reggina et al., 2024). Penelitian terdahulu yang mengkaji pengaruh kredibilitas, kompetensi, dan reputasi merek terhadap loyalitas merek dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada produk skincare ramah lingkungan menegaskan bahwa

reputasi merek terbukti mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Sabrina & Setiawan, 2025).

Depo-PAM Kediri, upaya untuk memberikan layanan terbaik terus dilakukan, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan, terutama dalam hal kecepatan respons, penyampaian informasi produk, serta konsistensi pengalaman pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan perusahaan sangat memengaruhi kepuasan konsumen (William & Ahmadi, 2023). Kualitas pelayanan adalah faktor paling penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan, jadi bisnis harus sangat memperhatikan kualitas pelayanan dengan meningkatkan semua aspek yang dapat membantu pelanggan (Wahyu & Sulistyani, 2021). Ketika layanan berkualitas tinggi, pelanggan akan lebih puas (Nastiti & Damayanti, 2023). Kualitas mendorong pelanggan guna membangun hubungan yang menguntungkan dan jangka panjang dengan perusahaan (Kusumaningtyas, 2016). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat, kepuasan pelanggan di Benteng Resort Batu Putih akan meningkat (Karundeng et al., 2021).

Selain faktor reputasi merek dan kualitas pelayanan, penetapan harga menjadi perhatian utama karena konsumen cenderung membandingkan harga dengan toko lain sebelum melakukan pembelian. Beberapa pelanggan juga mengharapkan penyesuaian harga dengan daya beli. Oleh sebab itu, kebijakan harga yang kompetitif dan sesuai dengan persepsi nilai konsumen menjadi hal yang penting untuk meningkatkan kepuasan serta mendorong loyalitas pelanggan. Harga merupakan faktor yang menentukan kepuasan konsumen (Tarisca et al., 2024). Harga juga memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen (Marisca et al., 2024). Semakin meningkatnya persepsi harga maka semakin meningkat juga keputusan pembelian (Fitri et al., 2021). Studi sebelumnya mengenai pengaruh persepsi harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Kamsia Boba di Kota Lawang menemukan bahwa persepsi harga secara parsial dan signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan (Palelu et al., 2022).

Ketiga permasalahan tersebut mencerminkan adanya isu fundamental yang perlu dibenahi untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen. Di sisi lain, sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang bervariasi terkait pengaruh ketiga variabel terhadap kepuasan konsumen, sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1. 1

Research Gap Penelitian Terkait Pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Penelitian	Hasil	Peneliti
Reputasi merek terhadap kepuasan konsumen	Berpengaruh positif & signifikan	1. Kusuma (2020) 2. Gustian (2022) 3. Raharjo et al. (2024)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Reptiningsih (2020) 2. Laksono et al. (2023) 3. Farkhan (2024)
Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen	Berpengaruh positif & signifikan	1. Karundeng et al. (2021) 2. Maknunah & Astuningtyas (2021) 3. Putranto (2022)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Wicaksono et al. (2022) 2. Lumempow et al. (2023) 3. Fatmawati et al. (2023)
Persepsi harga terhadap kepuasan konsumen	Berpengaruh positif & signifikan	1. Paris et al. (2020) 2. Losung et al. (2022) 3. Palelu et al. (2022)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Fatmawati et al. (2023) 2. Sulistiyanto & Munisih (2020) 3. Septiawan et al. (2023)

Perbedaan temuan dalam penelitian terdahulu mengindikasikan adanya ketidaksesuaian (*research gap*) terkait pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Ketidakkonsistenan tersebut membuktikan pentingnya dilakukan penelitian lanjutan, khususnya pada sektor UMKM seperti yang dijalankan oleh Depo-PAM Kediri.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah reputasi merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri?

2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri?
3. Apakah persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri?
4. Apakah reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yakni untuk menganalisis:

1. Pengaruh reputasi merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri.
2. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri.
3. Pengaruh persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri.
4. Pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Depo-PAM Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan serta menambah referensi keilmuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap Kepuasan Konsumen di Depo-PAM Kediri.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Depo-PAM Kediri

Penelitian ini diharapkan membantu Depo-PAM Kediri untuk memahami bagaimana reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi

harga memengaruhi kepuasan konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan evaluasi dan perbaikan pada ketiga aspek tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi jembatan antara teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan realitas di lapangan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran terkait pengaruh reputasi merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R. A. K., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen Unipa*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/Projemen.V9i2.42>
- Alawiyah, Z. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kopi Janji Jiwa Di Kaliwungu*. 1–23.
- Brilian, S. C., & Haris, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Solusi*, 21(3), 300. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i3.7171>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Dilla, K., Sabilla, E. N., & Muslih, B. (2022). Analisis Kualitas Produk, Celebrity Endorser, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Ms Glow Outlet Kertosono. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen Feb Unp Kediri Tahun 2022*, 457–463.
- Farkhan, S. A. (2024). *Pengaruh Diferensiasi Produk , Reputasi Merek , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Fashion Muslim Di Zoya Cabang Solo)*. 3(01), 212–221.
- Fatmawati, Nur, Y., & Mariah. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dapur Ummu Hisyam (Outlet 04 Jl. Poros Maros - Makassar). *Manuver*, 1 No 3, 292–303.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk Dan Merek. In Qiara Media (Ed.), *Cv Penerbit Qiara Media* (Issue August).
- Fitri, L. L. Z., Ichsanudin, & Kusumaningtyas, D. (2021). Analisis Persepsi Harga , Store Atmosphere , Dan Keberagaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Minimarket Family Di Kecamatan Patianrowo Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Analisis*, 56–60.
- Gustian, F. (2022). Pengaruh Kualitas Prouk,Kualitas Layanan Dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Restoran Cepat Saji Kfc Di Kota Palembang). *K&K_Jurnnal Manajemen*, 1(2), 53–54.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In *Unitomo Press* (Vol. 11, Issue 1). Unitomo Press. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/Red2017-Eng->

8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari

- Irawan, H. (2015). *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan* (3rd Ed.). Gramedia.
- Karundeng, M. E., Tamengkel, L. F., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, 2(6), 511–517. File:///C:/Users/Rizky/Downloads/Npioh,+Jurnal+Meijina+511-517.Pdf
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2015). *Marketing An Introducing Pretiece Hall Twelfth Edition. England : Pearson Education, Inc.*
- Kotler, P., & Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed.). Pt Indeks.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Pada Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/Jmsab.V2i2.74>
- Kusuma, A. H. P., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S. H., Salmiah, A. R., Halim, F., Napitupulu, A. W. D., & Simarmata, J. (2020). Brand Management: Esensi, Posisi Dan Strategi. In A. Rikki (Ed.), *Yayasan Kita Menulis* (Issue February 2021). Yayasan Kita Menulis.
- Kusuma, D. I. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(10), 1–20.
- Kusumaningtyas, D. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Pada Rumah Sakit X Di Kota Malang. *Jurnal Nusamba*, 1(1), 68–76.
- Laksono, D. W., Fardiana, E., & Rino Rinaldo. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pakaian Merek Erigo Di Kota Tangerang. *Arbitrase: Journal Of Economics And Accounting*, 4(2), 204–211. <https://doi.org/10.47065/Arbitrase.V4i2.1337>
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (H. Herman (Ed.)). Strategy Cita Semesta.
- Losung, Y. H., Wenas, R. S., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Prabayar Telkomsel Di Kecamatan Pasan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset ...*, 10(1), 401–411. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/37976%0ahttps://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/download/37976/34755>

- Lumempow, R. K., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Swiss Bel Hotel Maleosan Manado. *Jurnal Emba*, 11(1), 1–11.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Dan Pelatihan (Lkp) Citra Jelita. *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 14(02), 339–361.
- Marisca, R. P. R., Kusumaningtyas, D., & Paramitha, D. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Umkm “Baksokuy.Id” Di Kabupaten Tulungagung. *Simposium Manajemen Dan Bisnis Iii Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri*, 3, 192–202.
- Marwiyah, S. (2023). *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Di Era Digitalisasi*. 219.
- Mukaromah, L., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Paul Bakery Plaza Indonesia. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3), 272–284.
- Mustafa, F., Fani, R., Miftahuddin, M. A., Hapsari, I., Dwiyantri, R., Wibowo, U. D. A., Azizah, S. N., Satata, D. B. M., & Kharismasyah, A. Y. (2024). Manajemen Pemasaran. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). Pt Penamudamedia.
http://ScioteCa.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Nastiti, A. E., & Damayanti, S. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Store Atmosphere, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di “Risky Shafira” Cuci Mobil Dan Sewa Mobil Nganjuk). *Simposium Manajemen Dan Bisnis Ii Program Studi Manajemen - Feb Unp Kediri*, 2, 2023.
- Nurkariani, N. L., & Kurniantara, G. Y. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 27–32. <https://doi.org/10.55822/Asd.V15i1.238>
- Palelu, D. R. G., Tumbuan, W. J. F. T., & Jorie, R. J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kamsia Boba Di Kota Lawang. *Emba*, 10(1), 68–77.
- Paris, Y., Rahman, S. P., & Rahmawati, D. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel. *Bongaya Journal Of Research In Management*, 3(2), 21–27.
- Pratiwi, E. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bintang Grosir Kota*

Semarang. 2.

- Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Issue December). Staiapress.
- Putranto, A. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Printex Jaya Sembada Di Serpong Tangerang. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 2(1), 145. <https://doi.org/10.32493/J.Perkusi.V2i1.17636>
- Raharjo, R. P., Zemima, R. K., Nurwulandari, A. T., Mukti, I. Y., & Sawitri, N. N. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Visual Produk Dan Reputasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. 2(4), 2994–3008.
- Rahmawati, A., & Budiono, A. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel D'prima Mega Kuningan. *Etnik: Jurnal Ekonomi Dan Teknik*, 2(9), 847–855. <https://doi.org/10.54543/Etnik.V2i9.210>
- Reggina, R., Anggraini, D., & Sulaiman, F. (2024). Pengaruh Reputasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks. *Investasi : Inovasi Jurnal Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.59696/Investasi.V2i1.30>
- Reptiningsih, E. (2020). *Pengaruh Reputasi Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Bank Qnb Kesawan Cabang Tangerang)*. 1, 5.
- Retno, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Studio Fotografi Calista Yogyakarta. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 6(1), 53–65. <https://doi.org/10.24821/Jtks.V6i1.4115>
- Rifa'i, K. (2023). Membangun Loyalitas Pelanggan. *Zifatama Publisher*, 1–191. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku/Membangun Loyalitas Pelanggan Oleh Dr. Khamdan Rifa'i%2c Se.%2cm.Si.Pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/Buku/Membangun%20Loyalitas%20Pelanggan%20Oleh%20Dr.%20Khamdan%20Rifa'i%20Se.%20cm.Si.Pdf)
- Rombe, E., & Parinsi, W. K. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Internasional Pada Pt Indofood Cbp Sukses Makmur Tbk (Icbp). *Sibatik Journal*, 2(6), 1885–1890. <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/Sibatik>
- Sabrina, F. A., & Setiawan, A. A. (2025). *Pengaruh Kredibilitas, Kompetensi, Dan Reputasi Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Produk Skincare Ramah Lingkungan*. 7(April), 165–175.
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *Cidea Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/Cideajournal.V2i2.775>
- Septiawan, R. Y., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). *Analisis*

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cakra Buana Di Kerobokan Kelod Rai.
4.

- Silvana, I., & Soegiri, H. (2021). Analisis Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan Dan Empati Terhadap Kepuasan Pasien Yang Melakukan Pemeriksaan Laboratorium Di Laboratorium Rsud Jaraga Sasameh Buntok. *Kindai*, 17(2), 1–23.
<https://Ejournal.Stiepancasetia.Ac.Id/Kindai/Article/View/647>
- Sitorus, M., Ramli, R. A. L. P., & Wibowo, E. A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Reputasi Merek, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Indihome. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, 6(1), 24–36.
<https://doi.org/10.52624/Manajerial.V6i1.2361>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2020). Brand Marketing: The Art Of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January).
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D. *Penerbit Cv. Alfabeta: Bandung*, 225(87), 48–61.
- Sulistiyanto, F. X. W. S., & Munisih, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pedagang Besar Farmasi Pt. Sakapilar Semarang. *Jurnal Media Farmasi Indonesia*, 13(1), 1277–1283.
- Sulistiyowati, W. (2018). Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya. In S. B. Sartika & T. Multazam (Eds.), *Usmida Press* (Vol. 11, Issue 1).
http://Scioteca.Caf.Com/Bitstream/Handle/123456789/1091/Red2017-Eng-8ene.Pdf?Sequence=12&Isallowed=Y%0ahttp://Dx.Doi.Org/10.1016/J.Regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://Www.Researchgate.Net/Publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Suroto. (2022). Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Nilai Pelanggan Sebahai Variabel Intervening. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- Tarisca, K., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2024). *The Influence Of Perceived Quality On Brand Credibility*. 23–32.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (Edisi Keempat). *Yogyakarta: Cv Andi Offset*.
- Wahyu, H., & Sulistyani, L. (2021). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi Cv Muna Sariy Jaya. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*.

- Wicaksana, W. (2020). Pentingnya Kepuasan Pelanggan Pada Suatu Bisnis. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/Impis>
- Wicaksono, D. A., Laksanawati, T. A., & Ningsih, D. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pematang. *Value*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.36490/Value.V2i2.220>
- William, N., & Ahmadi, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt. Ciptaedu Kreasi, Bogor. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 15064–15078. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V7i9.14179>
- Zaini, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan). *Pemasaran Jasa*, 1(1), 15.