

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENGALAMAN KONSUMEN, PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UMKM SEBLAK PRASMANAN
MAS AL NGANJUK**

SKRIPSI

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



OLEH

KARIN DWI SANDRINA

2112010113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

Skripsi Oleh:

KARIN DWI SANDRINA

NPM: 2112010113

Judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENGALAMAN KONSUMEN,
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UMKM SEBLAK
PRASMANAN MAS AL NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 14 Juli 2025

Pembimbing I



Dian Kusumaningtyas, S.E, M.M.
NIDN. 0715127402

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd, M.M.
NIDN. 0723117802

Skripsi Oleh :

KARIN DWI SANDRINA

NPM: 2112010113

Judul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PENGALAMAN PELANGGAN,
PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI UMKM SEBLAK
PRASMANAN MAS AL NGANJUK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal : 14 Juli 2025

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat:

Panitia penguji:

- | | |
|---------------|---------------------------------|
| 1. Ketua | : Dian Kusumaningtyas, S.E, M.M |
| 2. Penguji I | : Dr. Subagyo, M.M |
| 3. Penguji II | : Susi Damayanti, S.Pd, M.M |







Mengetahui
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0015078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Karin Dwi Sandrina
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tanggal Lahir : Nganjuk, 21 Maret 2003
NPM : 2112010113
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

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

Kediri, 26 Juni 2025

Yang menyatakan


KARIN DWI SANDRINA
NPM. 2112010113

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.” (QS. Albaqarah : 286)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil” (Bayu Hamka)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan” (Maudy Ayunda)

“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan” (Nadin Amizah)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan sebagai bahan bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada Orang Tua tercinta, Bapak Jianto dan teristimewa Almh. Ibu Sudarmi yang telah melahirkan, merawat, membimbing, dan melindungi dengan tulus dengan penuh kasih keikhlasan, mencurahkan segala kasih sayang dan cintanya, serta yang senantiasa mendoakan, dan memberikan semangat dan juga dukungan sepenuh hati.

Karya ini juga saya persembahkan untuk kakak Perempuan tercinta saya Amalia Febriana yang telah membantu saya dari awal mengerjakan proposal sampai skripsi ini. Dan juga untuk Andreas Krisna Putra Maulana yang juga telah menemani saya dari awal sampai akhir. Tak lupa dipersembahkan kepada diri sendiri, terimakasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Karin Dwi Sandrina. “ Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di UMKM Seblak Prasmanan Mas Al Nganjuk” Skripsi Manajemen, FEB UNP Kediri 2025

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Promosi, Kepuasan Pelanggan, UMKM

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya peran kepuasan pelanggan dalam mempertahankan loyalitas konsumen di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas layanan, pengalaman konsumen, dan promosi tersebut berkontribusi dalam membentuk kepuasan pelanggan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih efektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden yang merupakan konsumen Seblak Prasmanan Mas Al, dipilih menggunakan Teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan berupa kuesioner berbasis skala likert 5 poin, yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 23, serta dilakukan uji asumsi klasik sebagai syarat kelayakan model regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, pengalaman konsumen, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan. Promosi menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi (R^a) sebesar 83,1% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut menjelaskan sebagai besar variasi dalam kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, pelayanan yang baik, pengalaman berkesan, dan promosi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan kajian pemasaran UMKM dan implikasi praktis bagi pengusaha dalam menyusun strategi peningkatan loyalitas pelanggan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena hanya atas izin dan rahmat-Nya, dan yang telah memberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Konsumen, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di UMKM Seblak Prasmanan Mas Nganjuk” dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusuna skripsi ini merupakan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen. Pada kesempatan ini penulis memberikan ucapan terimakasih yang setulusnya kepada sebagai bentuk apresiasi kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung peneliti dalam proses penulisan skripsi ini. Berikut saya ucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT karena berkat limpahan rahmat, karunia serta nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
5. Ibu Dian Kusumaningtyas, M.M selaku Dosen Pembimbing satu yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Ibu Susi Damayanti, S.Pd.,M.M. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam membimbing dan mengarahkan peneliti untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen UNP Kediri yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Terimakasih Bapak Jianto, Almh. Ibu Sudarmi, Amalia Febriana yang telah merawat saya dari kecil hingga dewasa, memberi kasih sayang penuh dan juga support semangat serta dukungan moral dan finansial untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Karin Dwi Sandrina, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah berjuang menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih

untuk tetap bertahan sampai titik ini, walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang dipejuangkan. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan terus mencoba.

10. Terimakasih kepada seseorang yang saya cintai Andreas Krisna Putra Maulana. Terimakasih telah menjadi sosok rumah yang selama ini saya cari. Telah berkontribusi banyak dalam penelitian skripsi ini, meluangkan baik tenaga, waktu dan pikiran kepada saya dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang ini. Mari tetap berjuang bersama hingga kita pulang ke rumah yang sama.
11. Terimakasih kepada sahabat perjuangan Putri Ayu Sukma Melati dan Shintya Ika Rahma yang sudah menjadi sahabat penulis sejak 2021 sampai saat ini dan banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, terimakasih atas segala motivasi, dukungan, pengalaman yang sangat berkesan serta memberikan semangat yang paling berharga sampai terselesaikan perkuliahan ini. *See you on top, guys!*
12. Rekan-rekan mahasiswa utamanya dari Program Studi Manajemen UNP Kediri Angkatan 2021 atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh Pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.
14. Almamater tercinta Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Disadaribahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,



KARIN DWI SANDRINA
NPM. 2112010113

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Kepuasan Pelanggan.....	7
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Kualitas Layanan	9
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Pengalaman Konsumen	12
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Promosi	14
E. Kerangka Berfikir.....	17
F. Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Desain Penelitian.....	20
B. Definisi Operasional.....	21
C. Instrument Penelitian	22
D. Populasi dan Sampel	27
E. Prosedur Penelitian.....	28
F. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
G. Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37

A. Hasil Penelitian	37
B. Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Implikasi.....	64
C. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Kepuasan Pelanggan	9
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Kualitas Layanan.....	11
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Pengalaman Konsumen.....	13
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Promosi	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	21
Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Penelitian	23
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen	23
Tabel 3. 4 Uji Validitas Kualitas Layanan.....	25
Tabel 3. 5 Uji Validitas Pengalaman Konsumen	25
Tabel 3. 6 Uji Validitas Promosi.....	25
Tabel 3. 7 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	26
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas.....	27
Tabel 3. 9 Prosedur Penelitian.....	29
Tabel 3. 10 Rencana Penelitian	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4. 3 Skor Kuesioner Kualitas Layanan.....	39
Tabel 4. 4 Skor Kuesioner Pengalaman Konsumen	41
Tabel 4. 5 Skor Kuesioner Promosi.....	44
Tabel 4. 6 Skor Kuesioner Kepuasan Pelanggan	46
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	49
Tabel 4. 8 Uji Multikolienaritas	49
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 10 Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4. 12 Uji t Kualitas Layanan.....	53
Tabel 4. 13 Uji t Pengalaman Konsumen.....	54
Tabel 4. 14 Uji t Promosi	55
Tabel 4. 15 Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	20
Gambar 3. 2 Lokasi Penelitian.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian	71
Lampiran 2 Surat Balasan Izin Penelitian.....	72
Lampiran 3 Kuesioner.....	73
Lampiran 4 Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	78
Lampiran 5 Hasil Output SPSS.....	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran dalam mempertahankan roda perekonomian nasional. Pemerintah saat ini sedang gencar untuk membuat UMKM naik kelas dengan berbagai program yang diberikan kepada pelaku UMKM, baik modal usaha, pelatihan serta pendampingan usaha dengan stakeholder (Rezky et al., 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah adalah usaha yang memiliki modal awal sedikit, sedikit nilai kekayaan (asse) serta jumlah tenaga kerja yang sedikit (terbatas), nilai modal atau jumlah tenaga kerja sesuai dengan definisi yang diberikan oleh otoritas public atau instansi lain dengan tujuan tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM yakni usaha yang termasuk dalam skala kecil atau terbatas dengan modal awal yang sedikit dan jumlah tenaga kerja yang masih terbatas. Akan tetapi UMKM berupaya terus menerus mempertahankan kepuasan pelanggan (Alimudin et al. 2019).

Kepuasan pelanggan adalah suatu kebutuhan dari pelanggan yang ingin dirasakannya dan dari pengalaman tersebut nantinya pelanggan akan mempertimbangkan apakah tempat usaha kita layak untuk dikunjungi kembali. Jika kebutuhan dan keinginan pelanggan terus terpenuhi maka akan membuat tempat usaha kita semakin maju dan berkembang, karena tujuan dari pengusaha adalah untuk menaikkan profit usaha dan membuat usahanya lebih maju dan berkembang (Putri et al., 2021).

Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi beberapa factor antara lain, menurut (Andriasan & Mulia, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian (Doly et al., 2024) Minat beli konsumen, kepercayaan konsumen dan pengalaman konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lalu pada penelitian (Putri *et al*, 2021) Secara simultan cita rasa, kualitas pelayanan, etika pelayanan dan lokasi usaha berpengaruh dengan

kepuasan pelanggan.

Menurut (Wijayanti et al., 2024) kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, dan sumber daya lain yang ada yang mampu memenuhi bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh konsumen. Kualitas layanan dapat diukur baik atau tidaknya berdasarkan sudut pandang nasabah bukan berdasarkan penyedia jasa. Meskipun demikian, bukan berarti kualitas layanan tidak dapat diukur (Aziz & Hendrastyo, 2020).

Pada kualitas layanan ada beberapa faktor yang mempengaruhi antara lain, menurut (Ristia & Marlien, 2022) Kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian (Poha et al., 2021) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian (S. Rahman, 2019) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berbeda halnya yang dilakukan oleh (Agiesta et al., 2021) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan menurut (Fadhilah & Nainggolan, 2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berperan nyata meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berkaitan dengan tingkat layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memenuhi persyaratan dan keinginan pelanggan (Pajar et al., 2024).

Pengalaman konsumen dihasilkan dari interaksi atau hubungan antara konsumen dan produk atau layanan, konsumen dan perusahaan, atau konsumen dan bagian dari pemasaran, yang mendorong tanggapan konsumen dengan memeriksa pentingnya harga, variasi, dan penggunaan (Doly et al., 2024). Pada pengalaman pelanggan terdapat beberapa faktor antara lain, menurut (Ristia & Marlien, 2022) menyatakan pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan menurut (Fadhilah & Nainggolan, 2024) Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan yang baik dan berkesan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan, menurut (Handaruwati & Septian, 2021) menyatakan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen.

Menurut (Ristia & Marlien, 2022) pengalaman pelanggan merupakan tanggapan pelanggan secara internal dan subyektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung atau tidak langsung dengan perusahaan.

Berbeda halnya menurut (Doly et al., 2024) penelitian ini mengatakan bahwa pengalaman konsumen tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan menurut (Lubis et al., 2023) Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh *Customer experience* yang baik belum tentu mampu membuat pelanggan merasa.

Promosi adalah menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menarik tentang organisasi dan merek (Fajar et al., 2024). Promosi merupakan sebuah upaya bujukan (persuasi) yang digunakan untuk membujuk atau mendorong konsumen untuk mau membeli produk maupun jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan (Juliani, 2023). Promosi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi antara lain, menurut (Kurniawan & Hildayanti, 2019) menyatakan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dan menurut (Sustiyatik, 2020) menyatakan promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut (Rezeki et al., 2020) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun yang menyatakan tidak berpengaruh, (Dahliani & Ahwal, 2021) promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Seblak sendiri adalah makanan khas Indonesia yang terbuat dari kerupuk kering yang direbus dengan bumbu dan bahan tambahan lainnya. Nama “seblak” sendiri berasal dari bahasa Sunda yang berarti “makanan yang direbus”. Makanan ini pertama kali ditemukan di daerah Bandung, Jawa Barat pada tahun 1970-an. Awalnya, seblak hanya dijual oleh pedagang kaki lima di pinggir jalan. Namun, seiring berjalannya waktu, seblak semakin populer dan menjadi makanan yang bisa ditemukan di berbagai tempat, baik di restoran maupun warung makan.

Namun demikian, hasil-hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan. Penelitian yang dilakukan (Andriasan & Mulia,

2022) menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (Doly et al., 2024) juga menemukan bahwa pengalaman konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Namun, berbeda dengan hasil penelitian (Agiesta et al., 2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Begitu pula dengan (Fadhilah & Nainggolan, 2024) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berperan nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya research GAP yang perlu dikaji lebih lanjut, terutama pada konteks UMKM kuliner seperti Seblak Prasmanan Mas Al yang belum banyak diteliti. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat membantu UMKM dalam meningkatkan pelayanan, promosi, dan pengalaman pelanggan secara lebih efektif dan tepat sasaran.

Berdasarkan observasi masalah dan beberapa perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang kepuasan pelanggan tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di UMKM Seblak Prasmanan Mas Al”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah adalah.

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Prasmanan Mas Al?
2. Apakah pengalaman konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Prasmanan Mas Al?
3. Apakah peranan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Seblak Prasmanan Mas Al?
4. Apakah Kualitas layanan, pengalaman konsumen, promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian untuk mengetahui.

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Seblak Prasmanan Mas Al
2. Pengaruh pengalaman konsumen terhadap kepuasan pelanggan Seblak Prasmanan Mas Al
3. Pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan Seblak Prasmanan Mas Al
4. Pengaruh kualitas layanan, pengalaman konsumen, promosi terhadap kepuasan pelanggan Seblak Prasmanan Mas Al

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi Seblak Prasmanan Mas Al dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pengalaman pelanggan, dan strategi promosi untuk memperbaiki kepuasan pelanggan.

1. Manfaat Teoritis

Bagi perguruan tinggi hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi atau pertimbangan bagi penelitian yang akan datang guna mengetahui pentingnya kualitas layana, pengalaman konsumen, promosi terhadap kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pemilik usaha seblak untuk memperbaiki aspek-aspek tertentu khususnya pada Seblak Prasmanan Mas Al, dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan wawasan lebih jauh dengan menerapkan teori yang dipelajari di perguruan tinggi pada penelitian sesungguhnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk mengeksplorasi lebih mendalam bagaimana kualitas layanan, pengalaman pelanggan, dan promosi mempengaruhi kepuasan konsumen, terutama pada UMKM kuliner seperti Sebak Prasmanan Mas al. Studi ini juga diharapkan dapat membantu peneliti lain mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52.
<https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Andriasan, S., & Mulia, T. (2022). Secara simultan, bahwa kualitas pelayanan, harga dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Sowe Bistro Medan. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84.
<https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Arefianto, W., Arija, H. H., & Junianingrum, S. (2025). PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG NASI GORENG BANG TOFAN DESA BALOK KABUPATEN KENDAL. *Journal of Management*, 2(1), 11–28.
- Arista, C., Sholikhah, A., Saharani, A. E., Rotama, B. A., Brilliantia, A., Falach, M. Z., & Oktavia, I. (2024). Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Nasi Mentok Bu Roni. *Nusantara Community Empowerment Review*, 2(2), 112–118.
- Aziz, N., & Hendrasto, V. S. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang. *Jurnal Pundi*, 3(3), 227.
<https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 331–340.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34722>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Caniago, A. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3), 219.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v11i3.652>
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga,

- Lokasi, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/618>
- Desmi Ristia, N., & Marlien, R. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Albania Coffee Boja). *YUME : Journal of Management*, 5(3), 1–16. <https://doi.org/10.2568/yum.v5i2.1751>
- Doly, A. N., Tri, I. F. R., & Nurul, J. (2024). Pengaruh Minat Beli, Kepercayaan, dan Pengalaman Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada “Catering Kami” Kecamatan Medan Helvetia). *JUMSI*, 4(1), 371–386.
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. M. (2024). Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Inovasi*, 11(1), 150–163. <https://doi.org/10.32493/inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Fajar, A., Aliami, S., & Damayanti, S. (2024). *Pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga terhadap keputusan pembelian jersey sps sportswear kediri 1), 2), 3).* 3, 1073–1081.
- Hadisti, N., Septiani, S., Fitria, R., & Nasution, Y. S. J. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap UMKM di CFD Lapangan Merdeka Medan. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Scientific Studies*, 3(1), 11–15.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Indah, C. D., & Lativa, H. (2022). *PENGARUH FOTO PRODUK, LOKASI, DAN PENGALAMAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KHOYIIR STORE TULUNGAGUNG*. 20(1), 105–123.
- Indah Handaruwati, & Septian, B. P. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnismen : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 16–33. <https://doi.org/10.52005/bisnismen.v3i2.45>
- Irawan Lubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Iswati, H., & Lestari, N. I. (2021). Pengaruh Display, Promosi penjualan dan kualitas produk pada toko online terhadap loyalitas konsumen dengan variabel intervening kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen*, 11(1), 14–30.
- Juliani, T. G. (2023). Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarama

- di Graha Asri Cikarng. *Mirai Management*, 8(2), 249–259.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis Citra Merek, Harga, Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Palembang (Studi Kasus Konsumen Grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86–102. <https://doi.org/10.35908/jeg.v4i2.757>
- Laksono, B., Aliami, S., & Soeprajitno, E. D. (2022). Sinergi Strategi Customer Bonding Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pizza Hut Delivery Kota Kediri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7, 495–503.
- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 55. <https://doi.org/10.30659/ekobis.24.1.55-71>
- Maheswara, E. A., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cv. adelia. 1(5), 83–93.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://doi.org/10.31575/jp.v7i1.465>
- Muh, A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 224–236. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>
- Muhtarom, A., Syairozi, I., & Wardani, N. D. (2022). Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Relationship Marketing, Dan Kepercayaan Terhadap Peningkatan Penjualan Dimediasi Loyalitas Pelanggan Pada Umkm Ayam Potong Online ELMONSU. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(1), 743–755.
- N, P., H, S., & Zufri. (2021). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Etika Pelayanan Dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Warung Kopi Gelas Batu Kota Pinang. *International Journal of Intellectual Discourse (IJID)*, 39(8), 102–111.
- Nareswari, A. N., & Suryaningsih, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(4), 249–259.
- Nida Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431>
- Noor, I. (2020). ANALISIS BERWUJUD (TANGIBLE), KEHANDALAN

(RELIABILITY), KETANGGAPAN (RESPONSIBILITY), JAMINAN (ASSURANCE) DAN EMPATI (EMPATHY) (PELAYANAN SATU PINTU) TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT PADA POLRES HULU SUNGAI TENGAH (HST) KALIMANTAN SELATAN. *Kindai*, 16(2), 220–238.

<https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205><http://>

Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75.
<https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>

Pajar, R., Kusumaningtyas, D., & Ayu, D. (2024). *Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada umkm “baksokuy.id” di kabupaten tulungagung 1),2),3).* 3, 192–202.

Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>

Purwita Sari, M., Aulia Rachman, L., Ronaldi, D., & F Sanjaya, V. (2020). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. *Enterpreneur Dan Bisnis (JEBI)*, 1(2), 122–129.

Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . PLN (Persero) Area Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 301–311.

Rahman, S. H., Rohaeni, H., & Dewi, S. W. K. (2020). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Sains Manajemen*, 2(1), 24–36.

Renaningtyas, A. R., Wahyuni, A. D., & Oktarina, L. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen : Promosi , Harga Dan Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 522–529.

Rezky, S. F., Hamdani, R., Suherdi, D., Erwansyah, K., Ginting, E. F., & Simangunsong, P. B. N. (2021). Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri. *Abdimas Iptek*, 1(1), 39–44.
<https://doi.org/10.53513/abdi.v1i1.3381>

Salomon, F., & Simbolon, R. (2022). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UNILEVER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 356–363.

Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS

ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143.
<https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>

Setiawati, L., & Susanti, A. (2022). Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kesadaran Merek dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Ella Skin Care di Cabang Gentan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 49. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30311>

Sihombing, F. D. R., & Mardhiyah, A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan ShopeeFood Di Kota Medan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 68–82.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i1.337>

Siregar, H. D., Wassalwa, M., Khairina Janani, & Harahap, I. S. (2024). Analisis Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Statistik Parametrika. *Al Itihadu Jurnal Pendidikan*, 3(1), 1–12.
<https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu/article/view/44%0Ahttps://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu/article/download/44/74>

Sri Rezeki, Desma Erica Maryati M, & Muammar Rinaldi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya : Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9–20.
<https://doi.org/10.47663/jmbep.v6i2.71>

Sustiyatik, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 10(2), 175. <https://doi.org/10.30649/japk.v10i2.84>

Wijayanti, F. C., Putri, D. F., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Seblak Desa Prasmanan di Desa Bangilan , Kecamatan. 3, 112–118.

Yuliawan, K. (2021). Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–50.

Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(2), 168–172. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i2.244>