

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG  
NELONGSO KEDIRI**

**SKRIPSI**

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



OLEH :

**ELLSA RECHELINA SABELLA**  
NPM: 18.1.02.02.0013

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
UNP KEDIRI  
2022**

Skripsi oleh:

**ELLSA RECHELINA SABELLA**  
NPM: 18.1.02.02.0013

Judul:

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG  
NELONGSO KEDIRI**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada  
Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

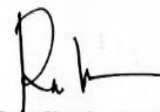
Tanggal: 6 Juli 2022

Pembimbing I



Dr. Ichsanudin, M.M.  
NIDN. 0723105703

Pembimbing II



Rony Kurniawan, M.M.  
NIDN. 0730076804

Skripsi oleh:

**ELLSA RECHELINA SABELLA**  
NPM: 18.1.02.02.0013

Judul:

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG  
NELONGSO KEDIRI**

Telah Dipertahankan di Depan Panitia Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri  
Pada Tanggal: 18 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ichsanudin, M.M.
2. Penguji 1 : Sigit Ratnanto, M.M.
3. Penguji 2 : Rony Kurniawan, M.M.



Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
**Dr. Subagyo, M.M.**  
NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Ellsa Rechelina Sabella  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tgl Lahir : 16 Januari 2000  
NPM : 18.1.02.02.0013  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa di 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, 31 Juli 2022

Yang Menyatakan



**ELLSA RECHELINA SABELLA**  
NPM : 18.1.02.02.0013

## **MOTTO**

“Jika kamu tidak sanggup menahan lelahnya belajar maka kamu harus sanggup menahan perihnya kebodohan.” (Imam Syafi’i)

“Jangan biarkan rasa takut kalah lebih besar daripada kegembiraan untuk menang.” (Robert Kiyosaki)

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan. Terus berkarya dan bekerjalah yang membuat kita berharga.” (Gus Dur)

“Tidak ada orang suci tanpa masa lalu, tidak ada orang berdosa tanpa masa depan.” (Augustine)

Kupersembahkan karya ini buat:

Orangtuaku tercinta yang selalu memberi dukungan dalam suka dan dukaku

Para sahabatku tersayang yang selalu mau mendengar keluh kesah hidupku

## ABSTRAK

**Ellsa Rechelina Sabella:** Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Kepuasan Konsumen

Sebagai salah satu bisnis kuliner yang telah dikenal masyarakat luas. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso menyediakan berbagai macam pilihan menu untuk memuaskan selera para konsumennya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik asosiatif kausal, karena menganalisis sebab-akibat melalui angka. Populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian sebanyak 3 kali di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso, menggunakan teknik *sampling* insidental dan sampel sebanyak 40 responden. Menggunakan angket yang skornya diuji validitas dan reliabilitas, lalu diuji asumsi klasik, regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil menunjukkan variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri. Dibuktikan hasil uji-t kualitas produk  $t_{hitung} 3,367 > t_{tabel} 1,688$  (sig.  $0,002 < 0,05$ ), mendukung 6 penelitian terdahulu dan menolak 2 lainnya. Hasil uji-t harga  $t_{hitung} 3,017 > t_{tabel} 1,688$  (sig.  $0,005 < 0,05$ ), mendukung 5 penelitian terdahulu dan menolak 2 lainnya. Hasil uji-t promosi  $t_{hitung} 2,070 > t_{tabel} 1,688$  (sig.  $0,046 < 0,05$ ), mendukung 5 penelitian terdahulu dan menolak 1 lainnya. Secara simultan, variabel kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Kediri. Dibuktikan hasil uji-F dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $11,307 > F_{tabel} 2,866$ , serta signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Variabel yang memiliki pengaruh yang besar dan dominan adalah kualitas produk.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, berkah, serta hidayah-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Kediri” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Si., 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. Ichsanudin, M.M., selaku dosen pembimbing I.
5. Rony Kurniawan, M.M., selaku dosen pembimbing II.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Teman-teman seperjuangan, yang telah banyak memberikan bantuan, semangat dan motivasi.

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

Akhirnya, saya sampaikan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi pihak yang berkepentingan, khususnya bagi dunia pendidikan.

Kediri, 31 Juli 2022

**ELLSA RECHELINA SABELLA**  
NPM : 18.1.02.02.0013



## DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori .....	11
1. Kepuasan Konsumen.....	11
2. Kualitas Produk .....	14
3. Harga .....	19
4. Promosi .....	30
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	34
C. Kerangka Berpikir .....	45
D. Kerangka Konseptual.....	48
E. Hipotesis .....	49
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Variabel Penelitian.....	51
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	51
2. Definisi Operasional Variabel.....	52
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	53
1. Pendekatan Penelitian .....	53
2. Teknik Penelitian .....	54
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	54
1. Tempat Penelitian .....	54
2. Waktu Penelitian .....	54
D. Populasi dan Sampel .....	55
1. Populasi .....	55

2. Sampel.....	55
E. Instrumen Penelitian .....	56
1. Pengembangan Instrumen .....	56
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	58
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	62
1. Sumber Data.....	62
2. Teknik pengumpulan data.....	62
G. Teknik Analisis Data .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	70
1. Sejarah Singkat Ayam Goreng Nelongso Kediri .....	70
2. Visi dan Misi .....	72
3. Struktur Organisasi.....	73
4. Karakteristik Responden .....	74
B. Deskripsi Data Variabel.....	77
1. Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk.....	77
2. Deskripsi Data Variabel Harga .....	79
3. Deskripsi Data Variabel Promosi.....	80
4. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen .....	82
C. Analisis Data .....	83
1. Pengujian Asumsi Klasik .....	83
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
3. Analisis Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> ) .....	91
D. Pengujian Hipotesis .....	92
1. Uji-t (Uji Parsial).....	92
2. Uji-F (Uji Simultan).....	94
E. Pembahasan .....	95
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen...	95
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	96
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	97
4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	98
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	100
B. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>102</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>106</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
2.1 : Rangkuman Hasil Penelitian Terdahulu .....	40
3.1 : Kisi-kisi Instrumen.....	57
3.2 : Pedoman Pemberian Skor .....	58
3.3 : Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian .....	59
3.4 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	61
4.1 : Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	75
4.2 : Karakteristik Usia Responden.....	75
4.3 : Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden .....	76
4.4 : Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk .....	77
4.5 : Deskripsi Data Variabel Harga .....	79
4.6 : Deskripsi Data Variabel Promosi.....	80
4.7 : Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen .....	82
4.8 : Hasil Uji Multikolinearitas.....	86
4.9 : Hasil Uji Autokorelasi .....	87
4.10 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.11 : Hasil <i>Adjusted R</i> <sup>2</sup> .....	92
4.12 : Hasil Uji-t (Parsial) .....	93
4.13 : Hasil Uji-F (Simultan) .....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
1.1 : Kontribusi Pengeluaran Konsumen .....	2
1.2 : Pertumbuhan Komponen Konsumsi Rumah Tangga.....	2
2.1 : Kerangka Konseptual.....	49
4.1 : Logo Ayam Goreng Nelongso .....	71
4.2 : Struktur Organisasi Ayam Goreng Nelongso .....	74
4.3 : Hasil Uji Normal <i>Probability Plots</i> .....	84
4.4 : Grafik Histogram Normalitas.....	85
4.5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplots</i> .....	88

## DAFTAR LAMPIRAN

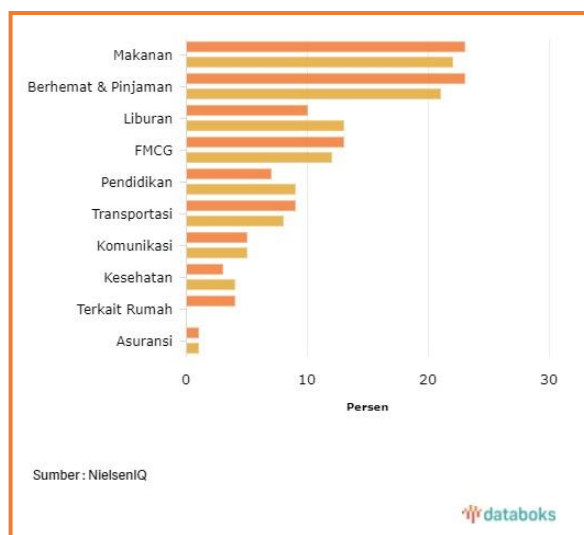
Lampiran	halaman
1 : Angket Penelitian.....	107
2 : Output Olahan SPSS .....	112
3 : Surat Ijin Penelitian.....	123
4 : Berita Acara Kemajuan Pembimbingan (Kartu Bimbingan) .....	124

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Tren makan di luar rumah telah menjadi gaya hidup (*lifestyle*) masyarakat Indonesia sejak 2018 lalu. Walaupun pola dan jenis makanan untuk dinikmati masyarakat cenderung sama, yakni mencari makanan dengan cita rasa yang lekat dengan masyarakat Indonesia. Tidak heran jika beberapa dari mereka akan memilih produk atau *brand* tertentu yang memang sudah terkenal (Astuti & Berlian, 2018). Hal tersebut terjadi diperkirakan karena banyaknya masyarakat yang bekerja (tidak ada waktu memasak sendiri) atau karena pendapatannya meningkat, maka terjadi perubahan gaya hidup.

Perubahan gaya hidup makan di luar (rumah makan dan sejenisnya) tersebut memicu bisnis kuliner yang tergolong dalam industri Makanan dan Minuman (MaMin) berkembang pesat di Indonesia, khususnya pasca pandemi Covid-19. Terlihat dari semakin banyaknya rumah makan keluarga hingga berbentuk restoran bermunculan yang didukung dengan menu unik dan desain *interior* serta *exterior* menarik. Bahkan, berdasarkan data yang diperoleh dari [katadata.co.id](http://katadata.co.id), kinerja industri mamin masih mampu positif di tengah lemahnya daya beli masyarakat lantaran produk mereka masih menjadi prioritas selama pandemi corona. Laporan lembaga survei konsumen NielsenIQ menunjukkan, kontribusi pengeluaran konsumen Indonesia untuk belanja makanan mencapai 22% pada kuartal I-2021, lebih besar dibandingkan pengeluaran jenis lainnya (Bayu, 2021). Berikut ditampilkan grafik kontribusi pengeluaran konsumen tahun 2021:

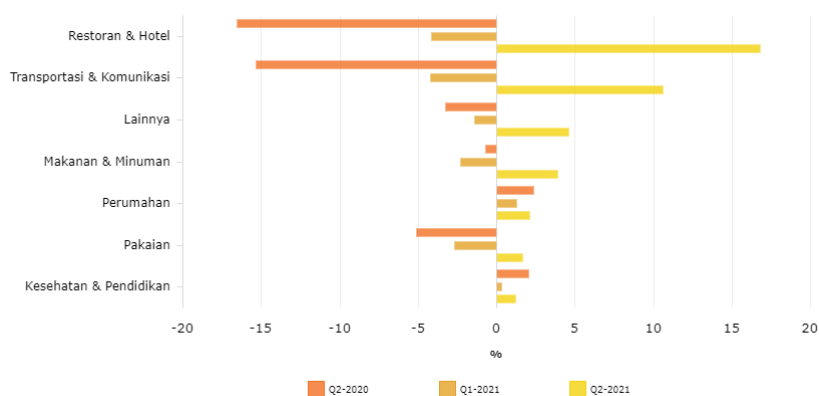


Sumber: Bayu, 2021 (katadata.co.id)

Gambar 1.1

Kontribusi Pengeluaran Konsumen

Bahkan pada kuartal II-2021, kinerja rumah makan atau restoran dan hotel berada pada pertumbuhan tertinggi sebesar 16,79% dibandingkan kinerja sektor lainnya. Hal tersebut disebabkan pertumbuhan positif konsumsi rumah tangga (BPS, 2021).



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2021

Gambar 1.2

Pertumbuhan Komponen Konsumsi Rumah Tangga

Pengeluaran konsumen yang memprioritaskan pilihannya pada pembelian produk makanan tersebut menjadikan bisnis kuliner semakin menjanjikan, sehingga membuat para pebisnis kuliner berinovasi untuk menarik “hati” para konsumennya dan berusaha memuaskan mereka dengan produk makanan dan minuman yang disediakan. Kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari

bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik (Tjiptono, 2015:301). Sehingga, tingkat kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat perlu diperhatikan dalam sebuah kegiatan pemasaran, karena dapat menjadi tolok ukur dan cerminan tingkat keberhasilan bisnis kuliner dalam memasarkan produknya. Lebih dari itu, suatu produk akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Maka dari itu, bisnis kuliner memerlukan pertimbangan strategi pemasaran yang baik untuk meraih tujuan tersebut.

Salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam bisnis kuliner adalah kualitas produk, karena memiliki arti penting untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan membeli produk bila merasa cocok, maka dari itu produk harus disesuaikan dengan keinginan atau kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan (Marwanto, 2015:153). Produk yang tidak sesuai dengan kualitasnya bisa menjadi kesenjangan serius antara harapan dan kenyataan di benak konsumen, sehingga konsumen dapat mengevaluasi untuk membeli kembali produk tersebut atau tidak.

Selain kualitas produk, faktor harga juga menjadi pertimbangan konsumen. Karena, harga adalah suatu nilai yang diberikan oleh penjual untuk produknya (Haris et al., 2021). Harga dapat ditafsirkan sebagai bentuk pengorbanan dari seorang konsumen terhadap apa yang akan dikonsumsinya, jika harga yang ditawarkan relatif terjangkau, maka konsumen akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk (Hasan, 2013:521).



Upaya yang dilakukan pihak produsen untuk menarik, membentuk dan mempertahankan konsumen adalah memberikan harga sesuai dengan standar yang berlaku. Dengan harga yang diberikan pihak produsen diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga ke depannya tercipta niat berkunjung kembali dan akan terbentuk loyalitas pelanggan yang kuat untuk tetap menggunakan atau mengkonsumsi produk barang/jasa tersebut.

Sebuah produk (khususnya kuliner) memerlukan upaya pengenalan kepada masyarakat luas, yaitu dengan promosi yang menarik. Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan pemasar untuk menyampaikan informasi mengenai produknya dan membujuk konsumen agar mau membelinya (Peter & Olson, 2014:204). Aktivitas promosi yang dilakukan oleh sebuah bisnis cenderung mempermudah untuk memperkenalkan produknya kepada konsumennya dan dapat mendorong pemenuhan kepuasan mereka. Dengan didukung pesatnya perkembangan dunia digital saat ini, sebuah bisnis lebih mudah dan mampu memperkenalkan produknya secara modern dan terkesan menarik untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Sebagai salah satu bisnis kuliner yang telah dikenal masyarakat luas. Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso menyediakan berbagai macam pilihan menu untuk memuaskan selera para konsumennya, karena melihat peluang seringnya masyarakat mencari makan di luar rumah. Tidak hanya di Kota besar, rumah makan Ayam Goreng Nelongso bahkan membuka cabang di Kota Kediri. Peneliti mengamati rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri selalu berusaha menghasilkan ayam goreng dan produk lainnya yang berkualitas. Harga ayam goreng dan produk lainnya ditetapkan sesuai dengan kualitasnya. Mempromosikan ayam goreng dan produk lainnya sesuai dengan harga yang pantas/layak, sehingga kualitas dan harga dirasa sesuai dengan harapan konsumen.

Upaya-upaya tersebut dilakukan karena pihak rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri menyadari kebiasaan sebagian masyarakat cenderung memilih produk kuliner yang sudah teruji kualitasnya, masyarakat masih mencari makanan yang terjangkau atau ramah di kantong mereka dan dengan adanya aktivitas promosi, membuat masyarakat lebih mudah terpengaruh serta akan memilih produk atau *brand* tertentu yang memang sudah terkenal. Maka dari itu, rasa puas seorang konsumen dapat dicapai dengan kesesuaian harapan mereka. Dalam beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan (Firmansyah & Mochklas, 2018; Hamdi & Raymond, 2020; Putri & Trisnowati, 2021; Siregar et al., 2021; Tombeng et al., 2019; Woen & Santoso, 2021). Temuan lain berbeda pendapat bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Husna, 2021), bahkan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Putra & Wimba, 2021). Penelitian lainnya mengenai harga, menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Putri & Trisnowati, 2021; Siregar et al., 2021; Sukarsih & Suputra, 2021; Tombeng et al., 2019; Woen & Santoso, 2021). Terdapat temuan lain yang memperoleh hasil berbeda, menyatakan harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Firmansyah & Mochklas, 2018; Husna, 2021). Kaitannya dengan promosi, penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan (Firmansyah & Mochklas, 2018; Husna, 2021; Putranto et al., 2021; Siregar et al., 2021; Sukarsih & Suputra, 2021). Temuan lain yang memperoleh hasil berbeda menyatakan promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Woen & Santoso, 2021).

Berdasarkan pengamatan masalah dan beberapa perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang kepuasan konsumen tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul “Analisis

Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Kediri”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan antara lain:

1. Banyak masyarakat memilih makan di luar rumah (rumah makan dan sejenisnya).
2. Masyarakat lebih memilih produk kuliner yang berkualitas.
3. Masyarakat lebih memilih yang harganya terjangkau.
4. Masyarakat banyak terpengaruh oleh promosi produk.
5. Kepuasan konsumen pada produk Ayam Goreng Nelongso dapat tercipta karena adanya kesesuaian antara kualitas produk, harga yang pantas dan promosi yang sesuai.

## **C. Pembatasan Masalah**

Batasan masalah ini dimaksudkan agar ruang lingkup penelitian ini jelas dan terarah. Adapun batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut sebagai berikut:

1. Hanya meneliti mengenai kualitas produk rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
2. Hanya meneliti mengenai harga produk rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
3. Hanya meneliti mengenai promosi rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
4. Hanya meneliti mengenai kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.

## **D. Rumusan Masalah**

Beberapa uraian pada batasan masalah, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri?
3. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
2. Mengkaji dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
3. Mengkaji dan menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.
4. Mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat diantaranya sebagai berikut:

#### 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 produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan yang bersangkutan khususnya rumah makan Ayam Goreng Nelongso Kediri guna menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan faktor-faktor kualitas produk, harga, dan promosi.

##### b. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, dengan mempraktikkan teori yang pernah diperoleh saat kuliah untuk penelitian pada objek sesungguhnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anggraini, N., Barkah, Q., & Hartini, T. 2020. Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Produk Rabbani di Palembang. *Jurnal Neraca*, 4(1), 26–40. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31851/neraca.v4i1.4176>.
- Assauri, S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, L. D. P., & Berlian, I. 2018. *Sering Makan di Luar jadi Bagian Gaya Hidup Orang Indonesia*. [www.viva.co.id](http://www.viva.co.id). [https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1092284-sering-makan-di-luar-jadi-bagian-gaya-hidup-orang-indonesia?page=1&utm\\_medium=page-1](https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1092284-sering-makan-di-luar-jadi-bagian-gaya-hidup-orang-indonesia?page=1&utm_medium=page-1).
- Bayu, D. J. 2021. *Daya Tahan Industri Makanan dan Minuman di Masa Pandemi Covid-19*. [katadata.co.id](http://katadata.co.id). <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6108e72a74512/daya-tahan-industri-makanan-dan-minuman-di-masa-pandemi-covid-19>.
- BPS. 2021. *Pertumbuhan Komponen Konsumsi Rumah Tangga*.
- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dharmmesta, B. S., & Irawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. 2015. *Pengantar Bisnis* (D. B. Putra & A. Maulana (ed.); Kesepuluh). Jakarta: Erlangga.
- Firmansyah, M. A., & Mochklas, M. 2018. Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras Di Surabaya. *Eksekutif*, 15(1), 281–295. <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/179>.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Guntur, E. M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran: +Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV Sagung Seto.
- Hamdi, A., & Raymond. 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Air Minum Isi Ulang di Kota Batam. *Jurnal Akrab Juara*, 5(3), 210–224. <https://akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/1129>.
- Haris, F. M., Laksono, P. Y., & Kurniawan, R. 2021. Analisis Kualitas Pelayanan, Tingkat Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Syarekah Jaya Gas Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 1566–1575. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/676>.

- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Husna, A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ayam Geprek Warung Endus Sibuya. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 1(3), 311–320. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.24>.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. 2017. *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran (Untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan)* (Cet.3). Bandung: PT Refika Aditama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* (Edisi 14). New Jersey: Prentice Hall.
- Lupiyoadi, R. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (3 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marwanto, A. 2015. *Marketing Sukses* (1 ed.). Yogyakarta: Kobis.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Putra, I. M. B. P., & Wimba, G. A. 2021. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pizza Hut Cabang Gatot Subroto Denpasar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 744–756. <https://doi.org/https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i2.1341>.
- Putranto, A. T., Kumara, D., & Syahria, S. 2021. Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 57–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3410>.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan SFA Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3(1), 11–19. <https://ejournal.unsa.ac.id/index.php/smj/article/view/630>.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, H. A., Susana, Ritonga, Z., Hasibuan, D., & Elvina. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Mbak Siti. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(1), 22–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.51178/jecs.v3i1.131>.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi

Offset.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukarsih, N. K. O., & Suputra, G. A. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Habitat Ubud. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Parwisata*, 1(3), 861–872. <https://doi.org/https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i3.1406>.

Sunyoto, D. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi, dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).

Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran* (4 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *EMBA*, 7(1), 891–900. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22918>.

Wijaya, T. 2018. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano* (B. Sarwiji (ed.); 2 ed.). Jakarta: PT Indeks.

Woen, N. G., & Santoso, S. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Normal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 10(2), 146 – 163. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>.

Yamit, Z. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.