PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRECEK KRUPUK UYEL UD SINAR HARAPAN DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI

SKRIPSI

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

OLEH ;

YESI DARMA PUTRI

NPM : 18.1.02.02.0187

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU
REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI

2022

Skripsi oleh:

YESI DARMA PUTRI

NPM: 18.1.02.02.0187

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRECEK KRUPUK UYEL UD SINAR HARAPAN DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 26 Juli 2022

Pembimbing I	Pembimbing II
Gesty Ernestivita, M.M.	**Suhardi, M.Pd**
NIDN. 0720059101	**NIDN. 0701105804**

Skripsi oleh:

YESI DARMA PUTRI

NPM: 18.1.02.02.0187

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KRECEK KRUPUK UYEL UD SINAR HARAPAN DI KECAMATAN GURAH KABUPATEN KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 21 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

Ketua	: Gesty Ernestivita, M.M.	.....
Penguji I	: Prof. Dr. Sugiono, M.M.	.....
Penguji II	: Suhardi, M.Pd.	.....

Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 07170666

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Yesi Darma Putri
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/tgl. lahir	: Kediri/19 Juni 2000
NPM	: 18.1.02.02.0187
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: 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, 03 Juli 2022
Yang Menyatakan

Yesi Darma Putri
NPM: 18.1.02.02.0187

MOTTO DAN PERSEMABAHAN

MOTTO:

1. *Untuk setiap yang hilang, terenggut, terlepas dari genggaman, semoga Allah memberi ganti dengan yang lebih baik, indah, tepat menurutNya.*
2. *Jangan mundur sebelum mencoba, beban berat itu hanya ada pada pikiran. Coba dulu nanti akan terbiasa.*

Kupersembahkan karya ini untuk:

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah

1. Kedua orang tua saya Bapak Parjono dan Ibu Jumiatun. Terimakasih atas segala doa, dukungan, nasihat dan motivasinya sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Adik saya Dhini Darma Putri yang telah mendukung saya.
3. Sahabat yang selalu memberikan doa dan motivasi dalam meraih cita-cita.
4. Seluruh teman-teman tercinta yang selalu mendukung, menyemangatiku, dan motivasi serta mendengarkan keluh kesahku dalam mengerjakan skripsi ini.

ABSTRAK

Yesi Darma Putri: Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.
Kata kunci: kualitas produk, promosi, harga dan kepuasan konsumen.

Saat ini persaingan UMKM semakin ketat, terutama dalam bidang kuliner. Seiring berkembangnya UMKM maka semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha sama halnya juga dengan UD. Sinar Harapan. Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan sangat perlu setiap saat mengembangkan produknya agar produk mereka semakin berkualitas. Pemasaran Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan sendiri sudah menjangkau hingga luar Pulau Jawa. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh UD. Sinar Harapan cukup bijak, karena menggunaka strategi Promosi, *personal selling*, dan mendatangi langsung tempat penggorengan sehingga mereka mengetahui kualitasnya secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan kualitas produk, promosi, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif . Populasi dan sampel didasarkan pada penyebaran angket kepada para konsumen atau pelanggan yang membeli produk di UD. Sinar Harapan yang diambil sebanyak 40 responden. Metode pengambilan data menggunakan kuisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan0,021 < 0,05. Promosi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang mempunyai nilai signifikan0,004 <0,05. Harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan0,000 <0,05. Berdasarkan korelasi data dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk (X1), Promosi (X2), Harga (X3) semua mempunyai nilai signifikan terhadap kepasan konsumen (Y).

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen. Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Gesty Ernestivita, M.M. selaku dosen pembimbing I yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan.
5. Bapak Suhardi, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua Orang tua dan Keluarga Besar yang selalu mendoakan, memberikan pengertian, restu dan kasih sayang serta dukungan baik moril maupun materil.

8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada sahabat dan teman-teman seperjuangan yang memberikan semangat serta dukungan.
9. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.
10. Almamaterku tercinta Universitas Nusantara PGRI Kediri

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

Kediri, 03 Juli 2022

YESI DARMA PUTRI
NPM: 18.1.02.02.0187

DAFTAR ISI

Halaman

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

BAB I : PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 5
C. Batasan Masalah 6
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan Penelitian 7
F. Manfaat Penelitian 7

BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS **9**
A. Kajian Teori 9
1. Kepuasan Konsumen 9
a. Pengertian Kepuasan Konsumen 9
b. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan 10
c. Sebab-sebab Timbulnya Ketidakpuasan 12
2. Kualitas Produk 13
a. Pengertian Kualitas Produk 13
b. Dimensi Kualitas Produk 15

c. Indikator Kualitas Produk 15
3. Promosi 16
a. Pengertian Promosi 16
b. Tujuan Promosi 17
c. Indikator Promosi 18
4. Harga 19
a. Pengertian Harga 19
b. Faktor – Faktor Penetapan Harga 20
c. Indikator Harga 22
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 23
C. Kerangka Berpikir 25
1. Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen ... 25
2. Hubungan Promosi dengan Kepuasan Konsumen 26
3. Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen 27
D. Kerangka Konseptual 28
E. Hipotesis Penelitan 29

BAB III : METODE PENELITIAN 30
A. Variabel Penelitian 30
1. Identifikasi Variabel Penelitian 30
2. Definisi Operasional Variabel 31
B. Pendekatan dan Teknik penelitian 33
1. Pendekatan Penelitian 33
2. Teknik Penelitian 33
C. Tempat dan Waktu Penelitian 34
1. Tempat Penelitian 34
2. Waktu Penelitian 34
D. Populasi dan Sampel 34
1. Populasi 34
2. Sampel dan Teknik Sampling 35
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data 36

1. Instrumen Penelitian 36
2. Uji Validitas dan Reliabilitas 39
a. Uji Validitas 39
b. Uji Reliabilitas 40
3. Teknik Pengumpulan Data 41
a. Kuisioner/angket 41
b. Observasi 43
c. Studi Pustaka 43
F. Teknik Analisis Data 44
1. Teknik Analisis Statistik Deskriptif 44
2. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda 44
a. Uji Asumsi Klasik 44
b. Analisis Regresi Linier Berganda 47
c. Koefisien Determinasi (R^2) 48
d. Uji Hipotesis 48

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian 50
1. Sejarah UD Sinar Harapan 50
2. Visi dan Misi UD Sinar Harapan 51
B. Deskripsi Data Responden 52
C. Deskripsi Data Variabel 53
1. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1) 53
3. Tanggapan Responden Terhadap Harga (X_3) 58
4. Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y) . 60
B. Hasil Analisis Data 63
1. Analisis Data Uji Asumsi Klasik 63
a. Uji Normalitas 63
b. Uji Multikolinieritas 64
c. Uji Heterokedastisitas 66
2. Analisis Regresi Berganda 67

3. Uji Koefisien Determinasi R^2 69
E. Pengujian Hipotesis 70
1. Uji t (secara parsial) 70
2. Uji F (secara simultan) 72
F. Pembahasan 73
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen\ 73
2. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen 75
3. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 76
4. Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 78

BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN 80
A. Simpulan 80
B. Implikasi 81
1. Implikasi Teoritis 81
2. Implikasi Praktis 82
C. Saran 83

DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

2.1 : Penelitian Terdahulu 24

3.1 : Waktu Penelitian 34

3.2 : Kisi – Kisi Kuisioner 37

3.3 : Hasil Uji Validitas 39

3.4 : Hasil Uji Reliabilitas 41

3.5 : Nilai Skala *Likert* 43

4.1 : Data Responden Berdasarkan Usia Responden 52

4.2 : Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden 53

4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X_1) 54

4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X_2) 56

4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Harga (X_3) 58

4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) 61

4.7 : Hasil Uji Multikolinieritas 65

4.8 : Hasil Analisis Regresi Berganda 67

4.9 : Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2 69

4.10 : Hasil Uji t (parsial) 71

4.11 : Hasil Uji F (simultan) 72

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 : Kerangka Pemikiran Teoritis 28

4.1 : Hasil Uji Normalitas 46

4.2 : Hasil Uji Heterokedastisitas 47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1 : Kuisioner 86

2 : Nilai t-tabel 91

3 : Nilai r-tabel 92

4 : Nilai F-tabel 93

5 : Hasil SPSS Data Responden 94

6 : Hasil SPSS Variabel Kualitas Produk (X1) 95

7 : Hasil SPSS Variabel Promosi (X2) 97

8 : Hasil SPSS Variabel Harga (X3) 99

9 : Hasil SPSS Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 101

10 : Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1) 103

11 : Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Promosi (X_2) 104

12 : Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Harga (X_3) 105

13 : Hasil SPSS Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) 106

14 : Hasil SPSS Uji Reliabilitas 107

15 : Hasil Kuisioner 108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era perekonomian yang mulai bangkit setelah Covid-19, UMKM merupakan usaha skala mikro yang kini banyak diminati dan digandrungi oleh masyarakat karna bisa meningkatkan perekonomian terutama pada sektor kelas bawah. UMKM kini semakin menjamur dan memiliki persaingan yang sangat ketat terutama dalam bidang kuliner. Dalam hal ini akirnya mendorong para pebisnis untuk melakukan inovasi dalam menarik para konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan. Inovasi merupakan syarat penting bagi pembisnis terutama pebisnis kuliner agar menarik minat konsumen dalam membeli produknya. Melalui inovasi yang dilakukan oleh para pembisnis kuliner akan lebih berkembang produknya dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Melalui inovasi yang merubah dan meningkatkan produknya menjadi lebih baik lagi setiap saat akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen. Selain itu, maraknya usaha dalam bidang kuliner inovasi menjadi atribut paling penting dan pegangan bagi para pebisnis dalam menghadapi persaingan sesama pelaku usaha UMKM yang artinya pelaku usaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya juga dalam hal mengembangkan produknya agar konsumen lebih tertarik dalam memilik produk yang ditawarkan tersebut.

Setelah pembelian terhadap suatu produk tujuan dari suatu usaha adalah menciptakan kepuasan di hati para konsumen. “Perasaan senang atau kecewa

yang muncul setelah membandingkan Kinerja (hasil) produk yang dinilai terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan" Kotler (2014:150) atau diartikan bahwa kepuasan merupakan fungsi dari kinerja yang dirasakan (*percieved perfomance*) dari harapan (*expetation*). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan para konsumen, konsumen akan merasakan ketidakpuasan. Apabila konsumen merasa puas setelah memberi produk yang ditawarkan makan konsumen tidak ada ragu membeli kembali atau membeli ulang produk yang telah ditawarkan dan konsumen akan secara sukarela merekomendasikan ke pada orang lain untuk membeli produk yang sama. Kepuasan konsumen merupakan hal yang terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen pada saat ini. Hal tersebut juga menjadi tujuan dari Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan.

Krupuk Krecek Uyel UD Sinar Harapan merupakan usaha kuliner yang berbekal inovasi dalam bidang makanan di Kota Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya dalam sehari-hari Krecek Krupuk Uyel UD. Sinar Harapan menyediakan produk kuliner berupa Krecek Krupuk Uyel dalam bentuk bahan mentah yang siap di goreng sendiri oleh pembelinya. Harga jual produk telatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat yang ingin mengonsumsi. Masyarakat yang menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan, lebih memilih produk dari UD. Sinar Harapan karena lebih terjangkau dari Krecek Krupuk Uyel dari pabrik lainnya.

Acuan yang menjadi fokus bagi Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan dalam meningkatkan kepuasan konsumennya adalah dengan

melakukan peningkatan kualitas produk. Dimana kulaitas produk meliputi cita rasa, ukuran, ketahanan produk. Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan dapat dikatakan menjadi salah satu alternatif produk kuliner makanan yang menawarkan kualitas produk yang unggul, selain itu karena usaha ini sudah berdiri dari tahun 2009 maka dapat dikatakan kualitas produk pada produk ini sudah terbentuk sehingga para calon konsumen tidak akan merasa ragu ketika akan membeli produk yang ditawarkan, kemudian dengan harga yang cukup terjangkau dan dilengkapi fasilitas yang cukup bersaing dapat menambah kepuasan pelanggan setelah membeli produk Krecek Krupuk Uyel dari UD Sinar Harapan. Pada awalnya UD Sinar Harapan hanya memproduksi krecek krupuk uyel dengan skala kecil yang di brandingkan ke pada para agen penggorengan krupuk, tetapi seiring meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumennya akirnya UD Sinar Harapan memproduksi Krecek Krupuk Uyel dalam skala besar dengan harga terjangkau dan sudah memasarkan ke beberapa daerah.

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah memberi produk yaitu konsumen mendapatkan kualitas produk yang unggul. Menurut Tjiptono dalam (Kuspriyono, 2016) "Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencangkup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang sealu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)". Kualitas produk sangat penting sekali hubungannya dengan

konsumen. Dalam hal ini kualitas produk menjadi pertimbangan sendiri bagi para konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen dan mereka bersedia membeli ulang pada produk yang ditawarkan. Begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dalam memberi produk yang telah di tawarkan maka akan tercipta kesan yang buruk sehingga pelanggan tidak tertarik lagi dan tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

Selain kualitas produk faktor lain yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah mencoba cita rasanya adalah promosi produk. Promosi juga kontribusi penting bagi berkembangnya usaha. Dalam promosi terbentuk informasi bagi calon konsumen yang belum tau produk yang akan ditawarkan. Menurut Laksana (2019:129) "promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Promosi yang dilakukan oleh Krecek Krupuk Uyel UD Sinar Harapan secara langsung maupun tidak langsung. Promosi secara langsung dilakukan dengan menggunakan personal selling, dan mendatangi tempat agen penggorengan sedangkan pemasaran tidak langsung di lakukan dengan menggunakan social media berupa Facebook. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan para konsumen dalam membeli produk sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan peoduk yang berkualitas sesuai

dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapt bahwa bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setia Ayudia Sari 2016 bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia Cabang Taman Apsari Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap krecek krupuk uyel. Produk krecek krupuk uyel UD Sinar Harapan memiliki kualitas yang baik, keterjangkauan harga serta dilakukannya promosi melalui sosial media dan juga mendatangi langsung produsen krupuk matang untuk menawarkan produk, dibuktikan dari banyaknya konsumen yang meminati produk krecek krupuk krupuk uyel tersebut. Untuk itu peneliti memberi judul penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Krecek Krpuk Uyel UD. Sinar Harapan di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Cita rasa, kualitas yang sama dan mekar nya produk saat digoreng, merupakan salah satu dari sempurnanya kualitas pada krecek krupuk uyel yang akan memiliki pengaruh besar dalam kepuasan para konsumen.

2. Promosi dilakukan dengan tujuan untuk memperluas jangkauan konsumen. Seperti halnya yang dilakukan oleh UD Sinar Harapan yang menerapkan promosi melalui media sosial yaitu berupa *facebook*, juga promosi menggunakan *personal selling* dan mendatangi tempat penggorengan.
3. Harga merupakan sejumlah uang untuk mendapatkan suatu barang sehingga memperoleh manfaat dan kepuasan setelah mengkonsumsi produk tersebut, pelanggan lebih suka dengan harga yang murah atau yang mahal dengan kualitas yang memuaskan.

C. Batasan Masalah

1. Penulis akan meneliti mengenai pengaruh kualitas produk, promosi, dan harga krecek krupuk uyel yang dilakukan UD Sinar Harapan terhadap kepuasan konsumen.
2. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pabrik UD Sinar Harapan yang berada di Kecamatan Gurah Kabupaten Kediri dan konsumen krecek krupuk uyel UD Sinar Harapan yang menjadi subjeknya.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di UD Sinar Harapan?
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen di UD Sinar Harapan?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di UD Sinar Harapan?

4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen UD Sinar Harapan?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di UD. Sinar Harapan.
2. Untuk menganalis pengaruh promosi terhadap kepuasan para konsumen di UD. Sinar Harapan.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di UD. Sinar Harapan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen UD. Sinar Harapan.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran tentang pengaruh kualitas produk, promosi dan harga terhadap kepuasan konsumen.
   b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu bagi pihak-pihak tertentu guna menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya yang belum tercakup dalam penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun di masa yang akan datang. informasi yang dihasilkan juga dapat diimplementasikan dalam penyusunan strategi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan dilapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian*. Bandung: Alfabeth.

Amir. 2012. *Pengaruh Harga , Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Memperhatikan Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Lautan Teduh Cabang BandarsSribhawono*.(Http://digilib.unila.ac.id/31614/12/skripsi%20tanpa%20bab%20pembahasan.PDF diakses 20 april 2019 / 13: 30)

Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bob Sabran, MM. 2013. *Terjemahan: Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas . Jilid 2*. Jakarta: Erlangga

Fandy, Tjiptono. 2014. Service, Quality & Satisfaction. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Galuh Retno P. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova di Auto 2000 Jombang*. Jurnal Imu Ekonomi.

Gerung, dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado*. Manado: Jurnal Ekonomi dan Bisnis ISSN 2303-1174.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarmo, I. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFEYogyakarta.

Handoko. 2017. *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol. 18 No. 1, 2017, 61-72.

Hartono. 2011. *Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hendra T, dkk. 2017. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Produk, Promosi, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion (studi kasus pada kosumen pengguna di amuran*g). Jurnal EMBA vol 5, No 2 juni 2017, Hal. 2313-2321.

Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Edisi Sembilan*. Jakarta: Salemba Empat.

Kuspriyono, T. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (studi pada mahasiswa/i Universitas Gunadarma*. Jurnal Komunikasi , Vol 7, hlm 1-7

Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga. p125

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Edinburgh GateHarlow: Pearson.

Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.

Lupiyoadi dan Hamdani, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Nalurita. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Sophie Paris (Studi pada Konsumen Produk Sophie Paris cabang Ujung Berung Bandung)*. Bandung: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Nelli Rizayanti. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Pide Jaya*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2012, *Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas* . *Jilid 2* Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.

Prasetyowati. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Innova di Auto 2000 Jombang*. Malang: Jurnal Manajemen Pemasaran.

Priansah. 2017. *Komunikasi pemasaran terpadu (Pada era media sosial*). Bandung: CV Pustaka Setia.

Purnomo Edwin Setyo. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*. Surabaya: Jurnal Manajemen Bisnis.

Schoell, 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, Bandung : Penerbit ALFABETA.

Stanton, William J. 2008. *Prinsip Pemasaran, Jilid 2, Edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

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

Sunyoto, Danang. 2014. Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.

Syahputra, R. R., & Herman, H. 2020. *Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam*. Jurnal Ilmiah Kohesi, 4(3), 81–89.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono & Chandra "*Service, Quality and Satisfaction*" edisi 3. Yogyakarta. Andi.