

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI MARTABAK  
HAWAII WARUJAYENG**

**SKRIPSI**

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



OLEH :

**HEPI AJI OKTAVIANI**

NPM: 18.1.02.02.0139

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

Skripsi oleh :

**HEPI AJI OKTAVIANI**  
NPM : 18.1.02.02.0139

Judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI MARTABAK HAWAII WARUJAYENG**

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

Tanggal:.....

Pembimbing I

Pembimbing II

Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M  
NIDN 073008801

Poniran Yudho Leksono., M.M.  
NIDN 0704047306

Skripsi oleh :

**HEPI AJI OKTAVIANI**  
NPM : 18.1.02.02.0139

Judul:  
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI MARTABAK HAWAII WARUJAYENG**

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 :

1. Ketua : Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M
2. Penguji I : Diah Ayu Septi Fauji, M.M.
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, M.M.



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
  
Drs. Subagyo, M.M.  
NIDN : 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Heki Aji Oktaviani  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk/ 14 Oktober 1999  
NPM : 18.1.02.02.0139  
Fak : 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 dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 21 Juli 2022

Yang Menyatakan



**HEPI AJI OKTAVIANI**  
NPM: 18.1.02.02.0139

## **MOTTO**

**“Dunia ini ibarat bayangan. Kalau kamu berusaha menangkapnya, ia akan lari. Tapi kalau kamu membelakanginya, ia tak punya pilihan selain mengikutimu.”- Ibnu Qayyim Al Jauziyyah.**

**Sesulit apapun keadaanmu dan sepahit apapun kenyataannya, allah akan selalu disampingmu dan menguatkanmu. tetaplah berusaha apapun keadaannya.**

### **Kupersembahkan Karya Ini Untuk:**

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, Rahmat, Hidayah dan Ridhonya sehingga skripsi selesai tepat waktu.
2. Kedua orang tua yang telah mendoakan serta memberikan motivasi kepada saya.
3. Sahabatku yang selalu memotivasi dan memberikan dorongan.

## ABSTRAK

**Hepi Aji Oktaviani** : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Martabak Hawaii Warujayeng, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dalam dunia bisnis kuliner yang semakin hari semakin banyak pelaku dunia bisnis dan apa yang di tawarkan untuk menarik konsumen agar membeli produk tersebut. Kondisi ini yang menuntut para pelaku bisnis untuk selalu berusaha kreatif dan berinovasi untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang akan ditawarkan dan dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sama halnya yang sedang dilakukan oleh *Franchise* Martabak Hawaii Warujayeng agar konsumen merasa puas dalam membeli produk martabak. Indikasi kepuasan pelanggan dalam membeli produk martabak dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas produk, harga dan lokasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap kualitas produk di Martabak Hawaii Warujayeng, (2) pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap harga di Martabak Hawaii Warujayeng. (3) pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap lokasi di Martabak Hawaii Warujayeng. (4) pengaruh kepuasan pelanggan secara simultan terhadap kualitas produk, harga dan lokasi di Martabak Hawaii Warujayeng. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas dimana pengumpulan datanya bersifat dengan menyebar kuesioner. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelanggan *franchise* Martabak Hawaii yang telah melakukan pembelian dan berkunjung minimal 3 kali sesuai dengan kriteria penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 40 responden. Teknik dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini ialah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan software IBM SPSS statistics versi 23. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu : 1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 3) lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 4) kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Martabak Hawaii Warujayeng.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan YME, dari sekian banyak nikmat-Nya sehingga oleh karenanya saya dapat menyelesaikan Penyusunan Skripsi ini dengan baik dan tepat waktu yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Martabak Hawaii warujayeng”** ini disusun dengan tujuan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberi motivasi dan dorongan kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M.selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk penulis agar menyelesaikan skripsi ini.
3. Restin Meilina,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bambang Agus Sumantri, M.M. dan Bapak Poniran Yudho Leksono, M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi hingga bisa terselesaikan..
5. Kedua orang tua, seluruh keluarga, serta teman-teman yang telah mendukung saya.
6. Ucapan terimakasih saya berikan kepada kekasih saya yang telah memberikan motivasi serta semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa penulis dalam menyusun 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, 06 Juli 2022

**HEPI AJI OKTAVIANI**  
NPM : 18.1.02.02.0139



## DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS .....	12
A. Kajian Teori .....	12
1. Kepuasan pelanggan .....	12
2. Kualitas Produk.....	17
3. Harga.....	21
4. Lokasi.....	26
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Kerangka Konseptual.....	36
E. Hipotesis .....	38
BAB III METODE PENELITIAN .....	39
A. Variabel Penelitian.....	39
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	39
2. Definisi Operasional .....	40
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	45
1. Pendekatan Penelitian .....	45

2. Teknik Penelitian .....	45
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
1. Tempat Penelitian .....	46
2. Waktu Penelitian .....	46
D. Populasi dan Sampel .....	46
1. Populasi Penelitian .....	46
2. Sampel Penelitian .....	46
E. Instrumen Penelitian .....	48
1. Pengembangan Instrumen .....	48
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	50
F. Sumber dan Teknik Analisis Data .....	54
1. Sumber Data .....	54
2. Teknik Pengumpulan Data .....	54
G. Teknik Analisis Data .....	55
1. Uji Asumsi Klasik .....	55
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	58
3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	59
4. Uji Hipotesis .....	59
BAB IV .....	62
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	62
A. Gambaran Umum Penelitian .....	62
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
2. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	65
B. Deskripsi Data Variabel .....	67
1. Deskripsi Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan) .....	67
2. Deskripsi Variabel Bebas .....	68
C. Hasil Analisis Data .....	71
1. Pengujian Asumsi Klasik .....	71
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	73
3. Koefisien Determinasi .....	75
4. Pengujian Hipotesis .....	76
D. Pembahasan .....	79
BAB V .....	83
SIMPULAN DAN SARAN .....	83
A. Simpulan .....	83
B. Saran .....	84

2. <b>Saran bagi peneliti selanjutnya</b> .....	85
3. <b>Saran bagi <i>Franchise Martabak Hawaii Warujayeng</i></b> .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN.....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Harga .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuesioner .....	49
Tabel 3.2 Skala Penilaian Instrumen.....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas .....	54
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	65
Tabel 4.2 Tingkat Usia Responden .....	66
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	66
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	68
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Harga.....	69
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi .....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji T ( Parsial) .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan).....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Martabak Hawaii Warujayeng .....	64
Gambar 4.2 Uji Normalitas Grafik Normal Probability Plot .....	71
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang penting diutamakan dalam segala jenis usaha termasuk usaha di bidang kuliner. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan untuk mengembangkan strategi usaha yang mereka rencanakan, Agar perusahaan dapat bertahan di tengah banyaknya pesaing lokal maupun asing perusahaan harus bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara melakukan peningkatan dan pengembangan pada kualitas produk serta menyesuaikan harga yang sesuai dan terjangkau, lokasi yang strategis dan beberapa hal lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kotler & Keller (2016: 150) berpendapat bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi. Ketika pelanggan merasa puas maka bisa menguntungkan perusahaan itu sendiri.

Pada dasarnya kepuasan pelanggan ialah perasaan puas atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk, perasaan puas atau tidak tersebut bisa menjadi penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan tersebut. Dalam mencapai perusahaan yang lebih sukses dan mampu bersaing dengan yang lainnya harus memperhatikan kepuasan pelanggannya. Menurut (Lupiyoadi dalam Windasuri, 2017:3) “pelanggan (*customer*) berarti orang yang secara kontinyu dan berulang kali datang ke tempat yang sama untuk

memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk, atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut”.

Pelanggan akan merasa loyal dan menjadikan sebuah usaha sebagai tempat yang dituju ketika ingin mendapatkan suatu produk dikarenakan pelanggan tersebut sudah mendapatkan kepuasan terhadap produk sesuai dengan keinginannya. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan atau tanggapan terhadap suatu barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kejadian di atas pasti sering terjadi di Martabak Hawaii Warujayeng, dimana Martabak Hawaii Warujayeng pasti memiliki beberapa pelanggan yang loyal dan setia untuk tetap memilih produk yang dijual di Martabak Hawaii Warujayeng. Hal ini terjadi karena tentu saja para pelanggan ini sudah mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang sesuai harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut (Kotler dalam Roisah & Riana, 2016) menyatakan bahwa, “Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoprasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya”. Dalam setiap perusahaan kuliner, setiap pelanggan memiliki keinginan untuk memperoleh kualitas produk yang yang terbaik. Kualitas produk yang terbaik ini seringkali dilihat oleh pelanggan dari wujud produk maupun rasa produk. Jika sebuah produk memiliki cita rasa yang lezat, bahan-bahannya selalu fresh

dan hadir dengan harga terjangkau tentu saja setiap pelanggan akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk membeli produk. Berbeda jika adonan produk maupun bahan-bahan yang digunakan tidak semua berasal dari bahan yang *fresh*, tentu itu akan berpengaruh pula pada cita rasa yang akan membuat pelanggan tidak puas. Oleh karena itu, kualitas produk menjadi tolak ukur utama dalam hal kepuasan pelanggan.

Pentingnya mempertahankan kualitas produk demi terciptanya kepuasan pelanggan tentu saja harus diterapkan oleh pihak Martabak Hawaii Warujayeng. Martabak Hawaii Warujayeng tentu harus menyediakan bahan-bahan yang *fresh* dan adonan yang baru setiap harinya. Agar, citarasa yang tersaji juga tetap terjaga kualitasnya. Berbeda jika Martabak Hawaii Warujayeng menyediakan adonan dan bahan sisa, tentu hal ini juga akan mempengaruhi kualitas produk yang berdampak pada kepuasan pelanggan. Bisa jadi, pelanggan merasakan rasa yang berbeda dan membuat tidak akan kembali lagi untuk membeli produk dari Martabak Hawaii Warujayeng.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang akan ditawarkan oleh penjual sudah memiliki nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Berdasarkan beberapa definisi dan contoh di atas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas suatu produk merupakan tingkat atau kadar baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada suatu produk barang atau jasa. Sehingga, produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh



konsumen atau pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan, dkk (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selain kualitas produk, adapun faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu harga. Harga merupakan apa yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau menikmati suatu produk, penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk barang ataupun jasa yang telah di tawarkan (Musyafak, Sumantri & Wihara, 2021). Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang maupun barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi perorangan atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu (Deliyanti dalam Sudaryono, 2016: 216). Hal ini sesuai pada penelitian yang dilakukan oleh Sugita, dkk (2017) menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini tentu saja juga diterapkan di Martabak Hawaii Warujayeng

Selain harga, faktor lokasi yang ada di tempat usaha juga mempunyai andil yang berdampak dalam meningkatnya kepuasan pelanggan. Konsumen seringkali mempertimbangkan lokasi dalam pembelian produk, lokasi juga merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh seorang pengusaha kuliner sebelum membuka usahanya, hal ini dikarenakan pemilihan lokasi yang tepat dapat menentukan tingkat keberhasilan penjualan yang diharapkan. Kotler dan Armstrong (2018: 51) menyatakan

bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian produk atau jasa kepada para konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi merupakan keputusan perusahaan dimana staff dan kegiatan operasionalnya akan dilakukan. Lokasi bisa juga dikatakan sebagai keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses bagi konsumen. Lokasi merupakan markas suatu perusahaan untuk melakukan kegiatan atau operasinya menurut Lopiyoadi (2009) dalam jurnal (Hidayah & Nugroho, 2021). Sedangkan Alma (2016:103) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kholiq (2017) menyatakan bahwa variabel Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian dengan topik yang sama adalah Sugita, dkk (2017), yang menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Aiola Eatery Surabaya. Penelitian yang dilakukan oleh Nurhalimah, dkk (2018), menyatakan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Rahmadani, dkk (2019), mengatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Kholiq (2017), yang menyatakan Kualitas produk, harga

dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Distro East Project* di Kediri.

Martabak Hawaii warujayeng merupakan *franchise* Kuliner yang berdiri sejak tahun 2020 dengan menyajikan martabak telur dengan varian isi dan terang bulan atau biasa disebut martabak manis sebagai sajian utamanya. Langkah dalam memperkenalkan produknya tentunya pemilik franchise memiliki cara yaitu menciptakan kepuasan pelanggan pada konsumen serta memberikan harga yang terjangkau. Tujuan memberikan harga terjangkau yaitu untuk menarik pelanggan agar tetap membeli produk Martabak Hawaii Warujayeng. Maka dari itu *franchise* memiliki tantangan dikarenakan saat ini pelanggan dibingungkan dengan beranekaragam pilihan harga, produk serta brand atau merek. Berikut tabel 1.1 perbandingan harga martabak hawaii dengan martabak lain :

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Harga Martabak Hawaii**

<b>Nama brand Martabak</b>	<b>Telur Ayam</b>	<b>Telur Bebek</b>
<i>Hawaii</i>	25 ribu (3 butir telur ayam dan $\pm$ 60 gram daging sapi)	33 ribu (2 butir telur bebek dan $\pm$ 65 gram daging sapi)
<i>Kingdom</i>	30 ribu (3 butir telur ayam dan $\pm$ 60 gram daging sapi)	40 ribu (2 butir telur bebek dan $\pm$ 65 gram daging sapi)
<i>Holland</i>	80 ribu ( 3 butir telur ayam dan 70 gram daging sapi)	85 ribu (3 butir telur bebek dan 70 gram daging sapi)

Sumber : data observasi, (2022)

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa harga martabak hawaii warujayeng relatif lebih murah atau standar dibandingkan dengan harga martabak

lainnya. Harga martabak hawaii dengan telur ayam isian daging seharga 25 ribu lebih murah dibandingkan dengan martabak *kingdom* seharga 30 ribu dan martabak *holland* seharga 80 ribu, begitu juga dengan telur bebek martabak hawaii memberikan harga 33 ribu sedangkan martabak *kingdom* 40 ribu dan martabak *holland* memberikan harga 85 ribu. Hal ini menunjukkan bahwa martabak hawaii memiliki harga yang sangat relatif standar dibandingkan dengan harga dari pesaing.

Dalam hal ini peneliti memilih untuk meneliti martabak hawaii warujayeng dibandingkan meneliti martabak lainnya karena berfokus pada kualitas produk martabak hawaii yang katanya baik dan adonannya *fresh*. Memiliki harga yang terjangkau dibandingkan dengan martabak lainnya, serta lokasi yang mudah terlihat dan dijumpai konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Martabak Warujayeng”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Merujuk dari paparan latar belakang masalah di atas, maka dapat saya tarik identifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan di *franchise* Martabak Hawaii Warujayeng dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan lokasi
2. Belum diketahui apakah adonan di *franchise* sesuai dengan kualitas produk dan harga produk yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.

3. Belum diketahui apakah ada kenaikan harga pada *franchise* Martabak Hawaii Warujayeng.
4. Lokasi dikeramaian tetapi kurangnya lahan parkir bisa menyebabkan konsumen tidak bisa menjangkau tempat tersebut.

### **C. Pembatasan Masalah**

Ruang lingkup penelitian ini hanya terbatas pada masalah memberikan kepuasan pengaruhnya terhadap terhadap kualitas produk, harga dan lokasi *franchise* Martabak Hawaii Warujayeng. Penelitian ini hanya mencakup Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, harga dan lokasi. Penelitian ini hanya dilakukan di lingkungan *franchise* Martabak Hawaii Warujayeng dengan mengamati pelanggan semua jenis gender dan tidak membatasi umur. Penelitian ini dilakukan kepada pelanggan yang sudah melakukan 3 kali pembelian Martabak Hawaii Warujayeng.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat disimpulkan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Martabak Hawaii Warujayeng?
2. Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Martabak Hawaii Warujayeng?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

pelanggan di Martabak Hawaii Warujayeng?

4. Apakah kualitas produk, harga, lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Martabak Hawaii Warujayeng?

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

Setiap penelitian yang dilakukan selalu mempunyai tujuan agar memperoleh gambaran yang jelas serta bermanfaat bagi yang menggunakannya. Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap kualitas produk di Martabak Hawaii Warujayeng.
2. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap harga di Martabak Hawaii Warujayeng.
3. Untuk menganalisis pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan secara parsial terhadap lokasi di Martabak Hawaii Warujayeng.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan secara simultan terhadap kualitas produk, harga dan lokasi di Martabak Hawaii Warujayeng.

## **F. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1. Manfaat Praktis**

Sebagai bahan masukan atau bahan pertimbangan bagi praktisi atau manajemen perusahaan khususnya di bidang pemasaran menjalankan bisnisnya, terutama yang berkaitan dengan objek penelitian mengenai lokasi, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen

### **2. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan terutama sebagai berikut :

- a. Berkaitan dengan manfaat dari teori kepuasan pelanggan Indrasari (2019: 84) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan. Dengan adanya kepuasan pelanggan dan ekspresi yang ditunjukkan maka perusahaan dapat mengambil strategi apa yang harus dilakukan agar pelanggan merasa puas dan dapat memajukan perusahaannya.
- b. Berkaitan dengan manfaat dari teori kualitas produk (Tjiptono dalam Kuspriyono, 2016) “Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang

dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang), Semakin meningkatnya kualitas produk maka semakin tinggipula kepuasan pelanggannya.

- c. Berkaitan dengan manfaat dari teori harga Musyafak, Sumantri & Wihara (2021), menyarakan bahwa “ harga merupakan apa yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan atau menikmati suatu produk, penentuan harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya suatu produk barang ataupun jasa yang telah di tawarkan”. Semakin terjangkau harga produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggannya.
- d. Berkaitan dengan manfaat dari teori Lokasi Alma (2016:103) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Semakin perusahaan ingin meningkatkan segi ekonominya maka perusahaan tersebut juga akan meningkatkan nilai dari kepuasan pelanggan, dimana jika pelanggan puas maka perusahaan juga akan mendapatkan untung.



## DAFTAR PUSTAKA

- Admin, W. M. R. B. (2018) 'Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Kebermanfaatan, Keberagaman Produk, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Toko Online Lazada.co.id', *Jurnal Manajemen Update*, (Vol 7, No 2 (2018): Jurnal Mahasiswa Manajemen).
- Alma, B. (2017) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta, Bandung: CV Alfabeta.*
- Assauri, S. (2018) *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi, FT RajaGrafindo Persada.*
- Atmaja, L. S. (2018) *Manajemen Keuang, Yogyakarta : Andi.*
- Bahrudin, M., dan Zuhro, S (2016) 'Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan *E- Commerce*' *Jurnal Teknologi Informatika dan Komputer*
- Chrisando, D., Sumantri, B. A. and ... (2021) 'Analisis kepuasan konsumen ditinjau dari harga, kualitas produk dan lokasi di kedai damoni kopi kediri 2021', *Seminar Nasional ....*
- Dr. Sudaryono (2018) 'Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method.', *METODOLOGI PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. Edisi ke 2., 2.*
- Fandy Tjiptono & Candra Gregorius, 2017. *Pemasaran Strategik Edisi 3*, Yogyakarta; Andi Offset
- Ghozali, Imam. (2018) 'Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25', *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Hawkins & Lonney (2018) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan terhadap merek pada konsumen pasta gigi Pepsodent di Surabaya', *Jurnal Penelitian UNIB.*
- Indrasari, M. (2019) *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Repository.Unitomo.Ac.Id.*
- Julita, J. et al. (2017) *analisa laporann keuangan, Bandung : CV Alfabeta.*
- Kasmir (2018) *Analisis laporan keuangan.*
- Kotler dan Keller (2017) *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks., Jakarta., e – Jurnal Riset Manajemen.*
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2017) *Marketing, BMC Public Health.*
- Lupiyoadi (2017) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik, Salemba Empat.*
- Melati, R. S. and Dwijayanti, R. (2020) 'Pengaruh harga dan Online Customer

- Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Surabaya)', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(2).
- Melyani, M. (2016) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Distriversa Buana Studi Kasus pada pemakai Balsem cap Macan di Jakarta', *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Mukhlis, M. and Harudu, L. (2019) 'Pola Persebaran Dan Keterjangkauan Lokasi Sekolah Terhadap Pemukiman Dengan Menggunakan Sistem Informasi Geografi Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan', *Jurnal Penelitian Pendidikan Geografi*, 4(4). doi: 10.36709/jppg.v4i4.9305.
- Musyafak, Sumantri, & Wihara. 2021. "Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen."
- Nur K. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Distro East Project di Kediri. 2017;01(02):0–7.
- Ramadhan D, Mahargiono PB. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Store Atmosphere Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tepi Barat Rumah Kopi Rungkut Surabaya. *Jurnal Ilmu dan ... [Internet]*. 2020;9(5):2. Tersedia pada: <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3072>
- Roisah, R. and Riana, D. (2016) 'Telaah Hubungan Citra Merek, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian Konsumen', *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(1).
- Sugita R dan SA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 2017;6(11):1–15.
- Sugiyono (2017) *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwito, J. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Global Ac Banjarbaru', *Kindai*, 14(3).
- Tangkilisan, N. H. (2017) 'Manajemen Publik', *PT. Gramedia Widiasarana Indonesia*.
- Tjiptono, F. (2017) *Strategi Pemasaran*. 4th edn. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuliati, Y. (2021) 'Penerapan Sistem Manajemen Mutu Untuk Meningkatkan Kualitas Sistem Manajemen Pada Bagian Tata Usaha di SMP Negeri 20

Kota Palembang', *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 4(1).