

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN HARGA PADA
UMKM SAMBAL PECEL MBAK TI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

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



Oleh:

TESHA FRANSISKA FEBRIANA

18.1.02.02.0183

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI
2022

Skripsi oleh:

TESHA FRANSISKA FEBRIANA

NPM: 18.1.02.02.0183

Judul:

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN HARGA PADA UMKM
SAMBAL PECEL MBAK TI KOTA KEDIRI**

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

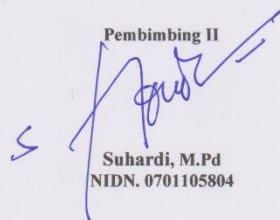
Tanggal: 21 Juli 2022

Pembimbing I



Gesty Ernestivita, M.M.
NIDN. 0720059101

Pembimbing II



Suhardi, M.Pd
NIDN. 0701105804

Skripsi oleh:

TESHA FRANSISKA FEBRIANA

NPM: 18.1.02.02.0183

Judul:

**UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI
KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, DAN HARGA PADA UMKM
SAMBAL PECEL MBAK TI KOTA 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. H. Sugiono, M.M

Penguji II : Suhardi S.E., M.Pd



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN: 071706660

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Tesha Fransiska Febriana

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 01 Februari 2000

NPM : 18.1.02.02.0183

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 ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 03 Juli 2022

Yang Menyatakan

TESHA FRANSISKA FEBRIANA

NPM: 18.1.02.02.0183

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

1. *Jadikanlah hari ini menjadi hari terbaik dan terindahmu karena kamu tidak akan tahu apa yang akan datang pada esok hari, dengan begitulah kamu menjalani kehidupan yang sebenarnya tanpa ada penyesalan.*
2. *Teruslah berbuat baik, walaupun itu melelahkan, karena lelahnya akan hilang, sedangkan pahalanya tetap ada.*

Kupersembahkan karya ini untuk:

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

1. Kedua orang tuaku Bapak Suharnanto dan Ibu Kristianingsih. Terimakasih atas segala doa, dukungan, nasihat dan motivasinya sehingga tugas akhir ini dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Adik saya Zivana Gisca Harnanda yang telah mendukung saya.
3. M. Saddam Bagus Nugroho yang selalu memberikan doa dan motivasi dalam meraih cita-cita.
4. Seluruh rekan-rekan tercinta yang selalu mendukung, menyemangatiku, dan motivasi serta mendengarkan keluh kesahku dalam mengerjakan skripsi ini.

ABSTRAK

Tesha Fransiska Febriana: Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Harga Pada Umkm Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: kualitas pelayanan, lokasi, harga dan kepuasan konsumen.

Persaingan kuliner sambal pecel saat ini sedang ramai, banyak orang membuka usaha sejenis dengan mudah hanya dengan membuka lapak dipinggir jalan maupun menyewa kios kecil untuk membuka usaha, seiring dengan semakin ketatnya persaingan usaha kuliner, UMKM Sambal Pecel Mbak Ti perlu mengembangkan strategi pemasarannya dengan bijak agar produk mereka dikenal oleh para konsumen. Pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti sendiri telah memproduksi sambal pecel yang dikemas dalam wadah dan dijual untuk dikonsumsi maupun menjadi oleh-oleh. Banyaknya UMKM kuliner sambal pecel membuat konsumen menjadi teliti dalam melakukan pembelian. Salah satu UMKM sambal pecel yang telah lama berdiri di Kota Kediri yaitu UMKM Sambal Pecel Mbak Ti. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan kualitas pelayanan, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian UMKM Sambal Pecel Mbakl Ti Kota Kediri. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pupulasi dan sampel didasarkan pada penyebaran angket kepada konsumen atau pelanggan yang membeli produk UMKM Sambal Pecel Mbak Ti yang diambil sebanyak 40 responden. Metode pengambilan data menggunakan wawancara observasi dan kuisisioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Citra merek mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan $0,014 < 0,05$. Harga mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yang mempunyai nilai signifikan $0,085 < 0,05$. Berdasarkan korelasi data dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2), dan Harga (X3) semua mempunyai nilai signifikan terhadap kepuasan 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

TESHA FRANSISKA FEBRIANA
NPM: 18.1.02.02.0183

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN_PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Kajian Teori.....	8
1. Kepuasan Konsumen	8
2. Kualitas pelayanan.....	14
3. Citra Merek.....	18
4. Harga.....	22
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berfikir	28
D. Kerangka Konseptual	31
E. Hipotesis.....	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Variabel Penelitian	33
1. Variabel Penelitian.....	33
2. Definisi Operasional	34
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	37
1. Pendekatan Penelitian	37
2. Teknik Penelitian	38
C. Waktu Penelitian.....	38
D. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
E. Instrumentenelitian dan Teknik Pengumpulan Data	40
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Deskripsi Data Responden.....	51
C. Diskripsi Data Variabel	52
D. Hasil Analisis Data	61
E. Pembahasan.....	70
BAB IV	76
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Implikasi	77
C. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	: Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1	: Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	41
Tabel 3. 2	: Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3. 3	: Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 3. 4	: Skala Likert.....	45
Tabel 4. 1	: Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4. 2	: Jumlah Responden Menurut Umur	52
Tabel 4. 3	: Tanggapan Responden Terhadap Varibel Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4. 4	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan .	55
Tabel 4. 5	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	57
Tabel 4. 6	: Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga	59
Tabel 4. 7	: Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4. 8	: Hasil Uji Auto Korelasi	65
Tabel 4. 9	: Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4. 10	: Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial).....	67
Tabel 4. 11	: Hasil Uji F (Simultan).....	69
Tabel 4. 12	: Koefisien Determinasi (R^2).....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	: Kerangka Konseptual	31
Gambar 4. 1	: Hasil Uji Normalitas	62
Gambar 4. 2	: Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	: Instrumen Penelitian (Lengkap)	82
Lampiran 2.	: Data Penelitian Kepuasan Konsumen (Y)	86
Lampiran 3.	: Data Penelitian Kualitas Pelayanan (X_1)	88
Lampiran 4.	: Data Penelitian Citra Merek (X_2)	90
Lampiran 5.	: Data Penelitian Harga (X_3)	92
Lampiran 6.	: Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	94
Lampiran 7.	: Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	95
Lampiran 8.	: Output Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)	96
Lampiran 9.	: Output Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	97
Lampiran 10.	: Output Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	98
Lampiran 11.	: Output Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)	99
Lampiran 12.	: Output Uji Reabilitas Variabel Citra Merek (X_2)	100
Lampiran 13.	: Output Uji Reabilitas Variabel Citra Merek (X_2)	101
Lampiran 14.	: Output SPSS Statistika Deskriptif	102
Lampiran 15.	: Surat Ijin Melakukan Penelitian.	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kuliner merupakan suatu hal yang menjadi suatu kebutuhan bagi seluruh masyarakat. Sehingga membuat pebisnis kuliner semakin menjamur dan memiliki persaingan ketat. Hal ini mendorong pebisnis kuliner dalam melakukan inovasi untuk menarik konsumen agar membeli produknya. Inovasi merupakan syarat bagi pebisnis kuliner untuk menarik minat konsumen membeli produknya. Saat ini terdapat kecenderungan masyarakat untuk memilih produk yang inovatif daripada produk yang tidak inovatif. Melalui inovasi pebisnis kuliner akan lebih berkembang dan kepuasan konsumen meningkat. Selain itu, pada saat ini mulai menjamur pedagang makanan. Hal ini merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap terjadinya persaingan antar pelaku usaha saat ini, yang berarti pelaku usaha harus kreatif dalam menyusun strategi pemasaran produk agar konsumen dapat memilih produk dari pebisnis tersebut.

Setelah pembelian suatu produk tujuan dari suatu usaha adalah menciptakan para konsumen merasa puas. Kepuasan konsumen ialah “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*). Kinerja produk atau jasa lebih rendah dari harapan, Konsumen akan merasa tidak puas. Apabila

konsumen merasa puas. Setelah membeli produk yang ditawarkan maka konsumen tidak akan ragu membeli kembali produk yang ditawarkan dan konsumen secara sukarela akan merekomendasikan ke orang lain untuk membeli produk yang sama. Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen pada saat ini. Hal tersebut juga menjadi tujuan dari UMKM Sambal Pecel Mbak Ti.

UMKM Sambal Pecel Mbak Ti merupakan usaha kuliner yang berbekal inovasi dalam bidang makanan di Kota Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya sehari-hari UMKM Sambal Pecel Mbak Ti menyediakan produk kuliner berupa sambal dengan berbagai ukuran pada tingkat harga yang bervariasi. Harga jual produk ini juga relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat. Masyarakat yang menjadikan harga sebagai pertimbangan, lebih memilih membeli produk ini karena dapat menghemat pengeluaran. Salah satu faktor yang menjadi fokus bagi UMKM Sambal Mbak Ti untuk meningkatkan kepuasan konsumennya adalah dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan. Dimana kualitas pelayanan meliputi senyum, tutur kata, gerak-gerik, cara berpakaian dan sebagainya. UMKM Sambal Pecel Mbak Ti dapat dikatakan menjadi salah satu alternatif produk kuliner makanan yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik, Selain itu karena usaha ini sudah berdiri lebih dari 1 tahun maka dapat dikatakan citra merek pada produk ini sudah terbentuk sehingga para calon konsumen tidak akan merasa ragu ketika membeli produk yang ditawarkan, kemudian dengan harga yang cukup terjangkau dan dilengkapi fasilitas yang cukup bersaing

dapat menambah kepuasan pelanggan Setelah membeli produk UMKM Sambal Pecel. Pada awalnya hanya memproduksi dengan skala kecil dan hanya dititipkan diwarung langganan, tetapi seiring meningkatnya jumlah permintaan oleh konsumen akhirnya UMKM Sambal Pecel Mbak Ti memproduksi Sambal Pecel dengan skala besar dan berbagai varian kemasan atau ukuran pengemasan dengan harga terjangkau.

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah membeli produk yaitu konsumen mendapatkan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Tjiptono (2011:59), kualitas pelayanan adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Kualitas pelayanan sekali hubungannya dengan konsumen. dalam hal ini kualitas pelayanan merupakan pertimbangan sendiri bagi pelanggan untuk datang kembali memakai produk yang ditawarkan. pelayanan yang baik kepada konsumen akan menimbulkan kepuasan pada konsumen yang akan membuat pelanggan tertarik dan akan membeli kembali produk yang ditawarkan. Begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dalam membeli produk yang ditawarkan maka akan tercipta kesan yang buruk sehingga pelanggan tidak tertarik lagi dan tidak akan kembali membeli produk yang ditawarkan.

Selain kualitas pelayanan faktor lain yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah menggunakan jasa adalah citra merek yang baik. Citra merek merupakan keseluruhan dari suatu persepsi terhadap produk maupun brand yang dibentuk dari informasi dan pengalaman yang terjadi terhadap

brand tersebut (Sulistina, 2003:83). Citra merek yang terbentuk lama secara tidak langsung membuktikan kualitas pelayanan yang dihasilkan baik, hal ini dapat dilihat dari lamanya waktu yang membentuk pengalaman seseorang dalam menghasilkan produk. Ketika seorang konsumen membeli produk yang mempunyai citra merek baik maka konsumen secara tidak langsung akan terpuaskan dengan hasil dan citra merek yang sesuai dengan keinginan konsumen. Hal ini akan berdampak pada citra merek produk yang ditawarkan yang bertambah baik dan membuat pelanggan akan tertarik Akan membeli produk yang ditawarkan. UMKM Sambal Pecel Mbak Ti dapat dikatakan menjadi salah satu alternatif produk kuliner makanan yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik, selain itu karena usaha ini ini sudah berdiri lebih dari 1 tahun maka dapat dikatakan citra merek pada produk ini sudah terbentuk sehingga para calon konsumen tidak akan merasa ragu ketika membeli produk yang ditawarkan, kemudian dengan harga yang cukup terjangkau dan dilengkapi fasilitas yang cukup bersaing dapat menambah kepuasan pelanggan setelah membeli produk UMKM Sambal Pecel Mbak Ti

Selain kualitas pelayanan yang baik serta citra merek yang baik, faktor lain yang dapat membuat konsumen merasa puas yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314), harga merupakan jumlah uang yang dibebankan untuk produk atau jasa atau lebih jelasnya adalah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan sebuah manfaat dengan memiliki atau menggunakan sebuah produk atau jasa. Harga memiliki peranan yang sangat

penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat 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 di atas maka peneliti memilih judul penelitian “Upaya Meningkatkan Kepuasan Konsumen Melalui Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Harga Pada UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri.

B. Identifikasi Masalah

1. Persaingan usaha yang sejenis semakin kompetitif, mendorong UMKM Sambal Pecel Mbak Ti meningkatkan kepuasan konsumennya dengan inovasi produk
2. Pelayanan yang baik dan sopan dapat membuat konsumen puas terhadap UMKM Sambal Pecel Mbak Ti.
3. Konsumen memilih produk UMKM Sambal Pecel Mbak Ti yang mempunyai citra merek (*brand image*) positif.
4. UMKM Sambal Pecel Mbak Ti membuat variasi harga pada produknya sehingga konsumen dapat memilih harga sesuai budget.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini dibatasi pada:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk ditinjau dari kualitas pelayanan, citra merek dan harga
2. Objek yang diteliti adalah konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri
2. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri
3. Adakah pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri
4. Adakah pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan citra merek dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan Dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri
2. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri

3. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri
4. Pengaruh yang paling signifikan antara kualitas pelayanan, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti Kota Kediri

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan sebagai berikut:

1. Teoritis:

Dengan adanya penelitian ini dapat memberikan alternatif dan sumbangan pemikiran bagi pelaku usaha dalam mengetahui kualitas pelayanan, citra merek, yang terbentuk serta menetapkan harga terhadap konsumen UMKM Sambal Pecel Mbak Ti.

2. Praktis:

- a. Hasil praktis ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya studi tentang manajemen, khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan harga terhadap kepuasan konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin mengkaji masalah yang sama.
- b. Bagi perguruan tinggi hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademik khususnya Fakultas Ekonomi program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, S. (2011). *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bari, S. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Distro Cak-Cuk Surabaya*. Surabaya.
- Basu, S. (2000). *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta.
- Diasari. (2016). *Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Studi Pada PT. Pos Indonesia Taman Apsari Branch Surabaya*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia(STIESIA).
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handi, I. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan, Cetakan Ketujuh*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hardiansyah. (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Heriyati. (2015). *Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand, Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta. Fakultas Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Esa Unggul
- Herliza, S. (2016). *Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Zara di Mall PVJ Bandung. Program Studi Adminitrasi Bisnis*. Bandung
- Kotler P, &. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P, &. A. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 Edisi 11*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler P, A. G. (2014). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 15*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P. a. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, S. (2014). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi pada Pelanggan KFC Cabnag Kawi Malang*. Fakultas Ilmu Adminitrasi, Malang: Universitas Brawijaya
- Riyanto, A. (2011). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Jakarta.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasara dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel, Edisi Pertama*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sinamora. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitaif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *studi kelayakan bisnis*. jakarta: CAPS (Center Of Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip-prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tristiana. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Honda Vario 125 Studi Dealer Panji Perkasa Perdana Surabaya*. Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)