

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRIBE KOPI
KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :
AMELLIA DWI SEPTIYANI
NPM : 2012010012

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi Oleh :

AMELLIA DWI SEPTIYANI
NPM : 2012010012

Judul:

**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRIBE KOPI
KEDIRI**

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

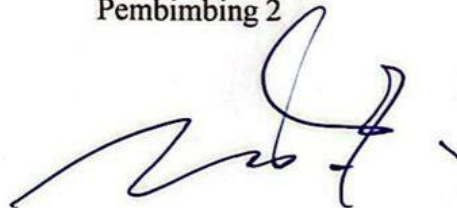
Tanggal : 13 Juni 2024

Pembimbing 1



Basthoumi Muslih, M.M.
NIDN. 0701018607

Pembimbing 2



Dodi Kusuma Hadi Soedjoko., S.H., M.M.
NIDN. 0715127402

Skripsi oleh :

AMELLIA DWI SEPTIYANI

NPM : 2012010012

Judul :

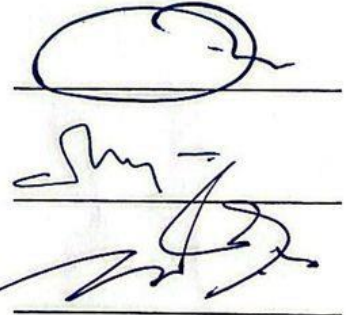
**ANALISIS HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN TRIBE KOPI
KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : 09 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Basthoumi Muslih, M.M.
2. Penguji I : Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M.
3. Penguji II : Dodi Kusuma Hadi Soedjoko., S.H., M.M.



Mengetahui,

Dekan FEB,



Dr. Amin Fohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Amellia Dwi Septiyani
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk, 20 September 2000
NPM : 2012010012
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, 13 Juni 2024
Yang Menyatakan



Amellia Dwi Septiyani
Amellia Dwi Septiyani
NPM : 2012010012

MOTTO

Kegagalan merupakan bagian dari hidup. Jika kamu tidak pernah gagal, maka kamu tidak akan pernah belajar. Bila masih muda, jangan pernah menyerah dan biarkan pengalaman yang mengajarkanmu banyak hal.

(Nikita Willy)

Menjadi realistis adalah jalan yang paling sering dilalui untuk menuju ke keadaan yang biasa-biasa saja

(Being realistic is the most common path toward the usual.)

(Will Smith)

KUPERSEMBAHKAN KARYA INI UNTUK :

Saya akan mempertahankan karya ini untuk semua orang yang saya sayangi, terutama orang tua saya, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat, dan adik saya, yang menjadi saudara dan teman yang selalu memberikan semangat setiap hari.

ABSTRAK

Amellia Dwi Septiyani : Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tribe Kopi Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Tribe Kopi Kediri. Kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen, variabel independen adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Data diperoleh dari konsumen yang membeli di Tribe Kopi Kediri. Jumlah sampel sebanyak 86 konsumen dengan menggunakan rumus slovin dan teknik pengambilan sampel random sampling. Metode penelitian yang digunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan tingkat kepercayaan 5% untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Disarankan Tribe Kopi Kediri lebih memperhatikan faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Skripsi dengan judul “Analisis Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tribe Kopi Kediri” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

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

1. Dr. Zaenal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswanya
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan semangat kepada mahasiswanya
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu sabar dalam membantu mahasiswanya
4. Basthoumi Muslih, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
5. Dodi Kusuma Hadi Soedjoko., SH., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan motivasi dengan sabar dalam menyusun skripsi ini.

6. Kedua Orang Tua dan Seluruh Keluarga yang telah mendukung saya dan memberikan motivasi selama mengerjakan skripsi ini.
7. Saya ucapkan terima kasih kepada teman-teman terdekatku yang memberikan semangat untuk mengerjakan skripsi ini.
8. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya dengan harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudera luas.

Kediri, 13 Juni 2024
Penulis



Amellia Dwi Septiyani
NPM : 2012010012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Teori	13
1. Kepuasan Pelanggan	13
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
b. Pendekatan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	14
c. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	15
d. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17
2. Harga	18
a. Pengertian Harga.....	18
b. Tujuan Harga	19
c. Metode Penetapan Harga.....	21
d. Indikator Harga	21

3.	Kualitas Produk.....	22
a.	Pengertian Kualitas Produk	22
b.	Indikator Kualitas Produk.....	23
4.	Kualitas Pelayanan	23
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	23
b.	Indikator Kualitas Pelayanan	24
B.	Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	25
C.	Kerangka Berpikir	31
D.	Kerangka Konseptual	35
E.	Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
A.	Variabel Penelitian	38
1.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
2.	Definisi Operasional Variabel	39
B.	Pendekatan dan Teknik Penelitian	42
1.	Pendekatan Penelitian.....	42
2.	Teknik Penelitian	42
C.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
1.	Tempat Penelitian.....	43
2.	Waktu Penelitian	43
D.	Populasi dan Sampel	44
1.	Populasi	44
2.	Sampel	44
E.	Instrumen Penelitian.....	45
1.	Pengembangan Instrumen.....	45
2.	Validitas dan Realilitas.....	47
F.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
1.	Sumber Data	50
2.	Teknik Pengumpulan Data	51
G.	Teknik Analisis Data.....	53
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	53
2.	Uji Asumsi Klasik	53

a. Uji Normalitas	53
b. Uji Multikolinieritas	54
c. Uji Heteroskedastisitas.....	55
3. Uji Regresi Linier Berganda	55
4. Uji Koefisien Determinasi (R)	56
5. Uji Hipotesis	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	59
1. Sejarah Perusahaan.....	59
2. Visi Dan Misi Perusahaan	60
3. Karakteristik Responden	60
B. Deskripsi Data Penelitian	62
C. Analisis Data.....	69
D. Pembahasan	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Konseptual	
4.1 : Logo Tribe Kopi.....	60
4.2 : Hasil Uji Normal <i>Probability Plots</i>	71
4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik <i>Scatterplots</i>	75

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Kajian Penelitian Terdahulu	
3.1 : Definisi Operasional Variabel	40
3.2 : Instrumen Penelitian Skala Likert.....	
3.3 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	
3.4 : Hasil Uji Validitas.....	
3.5 : Hasil Uji Reliabilitas	50
4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia	62
4.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian.....	
4.4 : Deskripsi Data Variabel Harga	
4.5 : Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk.....	
4.6 : Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan	
4.7 : Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pelanggan	
4.8 : One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	72
4.9 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	74
4.10 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	
4.11 : Hasil Adjusted R ²	
4.12 : Hasil Uji-t (Parsial)	80
4.13 : Hasil Uji-F (Simultan).....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuisisioner Penelitian	96
2 : Tabulasi Data Penelitian.....	102
3 : Output SPSS	106
4 : Dookumentasi	120
5 : Surat Izin Penelitian	121
6 : Berita Acara Kemajuan Bimbingan	122

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri bisnis kuliner pada saat ini semakin menunjukkan perkembangan yang pesat khususnya di era milenial untuk generasi Z, perkembangan ini disebabkan oleh perilaku masyarakat saat ini yang menginginkan segala sesuatu yang praktis, ditunjukkan dari transformasi pola konsumsi masyarakat yang mengalami perubahan yang cenderung lebih senang makan di luar rumah (tidak memasak). Dalam situasi ini, makan di restoran dianggap sebagai opsi yang lebih praktis dan dapat berperan sebagai cara untuk menyegarkan pikiran, baik bersama keluarga maupun teman. Perkembang tersebut muncul seiring dengan munculnya ide-ide kreatif dan inovatif yang menyempurnakan konsep pemasaran di industri kuliner sehingga menghasilkan pengembangan lebih lanjut dan tepat sasaran (Santoso, 2019). Perubahan konsumsi yang menjadi motivasi para pengusaha untuk mendirikan usaha kuliner masyarakat (Wahyuddin, 2023). Peluang ini dimanfaatkan oleh beberapa pengusaha makanan dan minuman, khususnya di kota Kediri. Sehingga, diperlukan konsep pemasaran yang terfokus dalam memberikan kepuasan pelanggan untuk menghasilkan keuntungan yang tinggi dan menjadikan bisnis kuliner sebagai kebutuhan mendasar bagi setiap individu.

Selain itu perkembangan industri kuliner menyebabkan semakin meningkatnya persaingan dalam lingkungan komersial yang mendorong

banyak perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasarnya secara konsisten untuk menarik minat pelanggan serta menjaga kepuasan pelanggannya secara berkelanjutan (Hartadi & Husda, 2020). Sehingga beragam strategi yang dapat diimplementasikan oleh pengusaha atau pemilik modal untuk mengatasi persaingan yang semakin intens. Salah satu strategi yang penting adalah memperoleh pemahaman mendalam mengenai potensi atau aktual perilaku pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkannya. Pengusaha atau pemilik modal perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai karakteristik umum konsumen agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini bertujuan untuk memastikan kepuasan konsumen dan mencegah rasa kecewa saat membeli produk tersebut. Pada salah satu penelitian mengemukakan analisis harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan bahwa kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan dapat ditingkatkan oleh beberapa aspek antara pelanggan terhadap produk atau jasa yang dimanfaatkan (Santoso, 2019).

Aspek harga mempunyai peranan penting bagi konsumen dalam mempertimbangkan pembelian. Menurut Sari et al (2022), faktor harga sangat menentukan bagi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan menarik pelanggan. Setiap perusahaan berusaha menetapkan harga yang terjangkau bagi pelanggan untuk mencapai keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Penentuan harga suatu produk tergantung pada standar kualitas yang ditunjukkan oleh outputnya. Harga merupakan jumlah uang yang harus

dibayarkan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan atau sebagai nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa (Romadon et al., 2023). Harga yang terjangkau dapat membuat konsumen beli produk dari suatu perusahaan (Aldyawan et al., 2021). Harga mempunyai peranan penting bagi seorang konsumen terhadap sesuatu yang dikonsumsi (Deby Sagara et al., 2023). Dengan harga yang sesuai harapan konsumen, maka konsumen tidak akan ragu-ragu melakukan pilihan, dan konsumen dapat merasa berada pada tingkat kepuasan yang sesuai harapannya (Panutur et al., 2020). Dalam konteks ini, perusahaan perlu menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dan kualitas produk yang dijual. Setiap konsumen pada umumnya mempunyai harapan atau ekspektasi terhadap produk atau layanan yang mereka gunakan sehingga pelanggan dapat merasa puas. Ketika nilai suatu produk sesuai dengan yang diharapkan, maka hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Napitupulu (2019), dimana harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat diartikan bahwa komponen harga pada suatu produk secara tidak langsung akan membentuk persepsi kualitas suatu produk yang dibeli oleh pelanggan.

Saat mengembangkan suatu produk, bisnis memberikan pertimbangan yang cermat terhadap kualitas produk akhir. Faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan produk adalah kualitas produk (Dilla et al., 2022). Ketika konsumen memilih produk dari suatu perusahaan, pertimbangan utama mereka adalah kualitas penawaran. Bisnis dapat secara

konsisten mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi permintaan pelanggan. Bisnis dapat bersaing dengan pesaing untuk menguasai pangsa pasar jika menghasilkan barang berkualitas tinggi. Menurut Sukmawati (2018), kualitas suatu produk merupakan salah satu faktor penentu yang krusial bagi suatu perusahaan khususnya pada bisnis kuliner dalam menciptakan kepuasan pelanggan setelah membeli dan menggunakan suatu produk. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan harus menerapkan strategi pengukuran yang melibatkan pemilahan produk, seperti mengelompokkan makanan ke dalam beberapa kategori, seperti kualitas rasa, kuantitas atau porsi, serta variasi menu atau jenis makanan yang ditawarkan. Dapat dijelaskan bahwa keunikan rasa, porsi yang sesuai dengan harapan dan preferensi, serta variasi pilihan makanan yang tersedia akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli lagi dan tetap puas dengan produk tersebut.

Pelanggan menginginkan fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan pikiran, dan hasil yang memuaskan, oleh karena itu manajemen perlu mempertimbangkan kualitas pelayanan yang baik saat ini agar dapat terus berkembang dan berfungsi dengan lancar di masa yang akan datang. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan bisnis (Norita et al., 2023). Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang berimbang dengan harapan konsumen (Sholeh & Hadi Soedjoko, 2023). Jika peningkatan kualitas

layanan merupakan tujuan sehari-hari bagi seluruh karyawan, mulai dari direktur atau pemimpin puncak hingga pelaksana layanan, maka upaya untuk melakukan hal tersebut akan sangat berhasil. Karena Bisnis sangat perlu memperhatikan kebutuhan karyawan di tempat kerja sehingga nantinya kinerja pegawai tersebut meningkat atau membaik (Wicaksono et al., 2023). Kualitas layanan atau produk memegang peranan penting dalam menentukan pertumbuhan suatu bisnis. Pelayanan prima yang memenuhi harapan pelanggan akan menghasilkan kepuasan pelanggan. Dikutip dari artikel Sutapa (2022), kualitas pelayanan mengacu pada kinerja yang dapat ditunjukkan oleh seseorang dalam memberikan layanan kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak material dan tidak berdampak pada kepemilikan suatu benda atau individu tertentu. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan prima ketika berinteraksi dengan konsumen. Organisasi harus mampu menilai kembali kebutuhan konsumen dan mengerahkan upaya maksimal untuk memberikan layanan terbaik. Organisasi harus melakukan evaluasi ulang terhadap kebutuhan konsumen dan berupaya sepenuhnya untuk memberikan layanan yang optimal (Triongko et al., 2022).

Pada dasarnya kinerja yang baik pada suatu produk dapat menjadi sebuah keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan khususnya pada industri makanan dan minuman dimana persaingan di industri ini semakin ketat sehingga menuntut perusahaan untuk memberikan kinerja terbaik produknya guna mengupayakan terciptanya kepuasan pelanggan yang maksimal. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator kinerja suatu produk yang

kemudian berdampak pada kinerja produk dalam jangka Panjang, kesadaran membangun kualitas pelanggan dengan membangun value produk, kualitas produk, inovasi, pelayanan dan harga yang kompetitif menjadi ujung tombak strategi dalam persaingan bisnis di industri makanan dan minuman, hal tersebut sejalan dengan kepuasan pelanggan yang bersifat dinamis serta adanya berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan baik bersifat internal maupun eksternal. Kepuasan pelanggan bergerak dinamis dari waktu ke waktu dimana antara kebutuhan, keinginan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk dapat berubah-ubah seiring semakin ketatnya persaingan produk sejenis khususnya pada industri makanan dan minuman sehingga perusahaan harus mempunyai strategi marketing yang dinamis, fleksibel dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi pelanggan di masa yang akan datang.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pilihan yang disebabkan oleh keputusan pembelian tertentu dan pengalaman dalam menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa (Kloter & Gary Armstrong, 2016). Pelayanan Kualitas yang diberikan suatu perusahaan atau industri harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen, selain itu kesesuaian dengan persepsi konsumen tersebut juga harus diperhatikan (Yeni Putri Susilowati, Basthomi Muslih, 2022). Sedangkan, Tjiptono (2014) mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan seperti perasaan yang muncul menjadi output penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Kepuasan pelanggan berkorelasi erat dengan kualitas layanan. Kualitas unggul memberi klien alasan untuk

membentuk hubungan yang langgeng dengan bisnis. Seiring waktu, hubungan ini memungkinkan bisnis untuk memahami sepenuhnya kebutuhan dan harapan pelanggannya. Hasilnya, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Kepuasan pelanggan berkorelasi erat dengan kualitas layanan. Kualitas unggul memberi klien alasan untuk membentuk hubungan yang langgeng dengan bisnis. Seiring waktu, hubungan ini memungkinkan bisnis untuk memahami sepenuhnya kebutuhan dan harapan pelanggannya. Hasilnya, bisnis dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan mengoptimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman pelanggan yang tidak menyenangkan. Kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila pelanggan merasa antara kebutuhan, keinginan dan harapan akan suatu produk tercapai atau *value* sebuah produk lebih dari harapan pelanggan, sedangkan sebaliknya ketidakpuasan pelanggan terhadap suatu produk dapat terjadi karena adanya nilai suatu produk yang diberikan dibawah ekspektasi atau harapan pelanggan khususnya pada industri kuliner dimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pelayanan, harga produk, varian produk, kualitas produk yang selanjutnya berdampak pada pola dan perilaku pembelian berikutnya. Pelanggan yang merasa puas akan kualitas dan kesesuaian nilai suatu produk yang dibeli akan membentuk pola pembelian berulang pada produk yang sama, mereferensikan suatu produk kepada orang lain.

Kualitas pelayanan pada pemasaran adalah suatu hal yang penting ketika suatu perusahaan memiliki pelayan yang baik terhadap konsumennya, selain memperoleh barang yang mereka inginkan konsumen akan merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan (Fajarudin et al., 2023). Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah penilaian atau persepsi dari pengguna atas keunggulan pelayanan yang diterima sekaligus penilaian atas kinerja pegawai pemberi pelayanan tersebut (VENY et al., 2020). Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa (Arsyansyah & edy djoko soeprajitno, 2024). Harga adalah salah satu kebijakan yang sangat penting bagi perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus mampu memperhitungkan penetapan harga dengan tepat agar berhasil memasarkan produknya (Andika Dwi Wirawan, Edy Djoko Soeprajitno, Restin Meilina, 2023). Pengaruh kualitas harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang digunakan (Sari et al., 2022). Menurut Triongko et al (2022), Kepuasan pelanggan mengacu pada tingkat kepuasan yang dialami oleh seorang individu setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diperoleh dengan harapan mereka. Ketika kinerja melebihi harapan pelanggan, mereka akan merasa puas. Secara sederhana, kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa dapat dilihat dari frekuensi pembelian konsumen yang berulang. Perusahaan harus melakukan survei terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk memenuhi preferensi dan kebutuhan mereka, serta mencapai tujuan Perusahaan.

Penelitian terdahulu pada industri yang sama yaitu bisnis kuliner yang dilakukan oleh Kusuma (2022) menunjukkan kualitas produk, layanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2019) dimana harga, kualitas, produk, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya berdampak pada loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini seiring adanya pemulihan ekonomi dan meningkatnya persaingan industri bisnis kuliner di kota Kediri maka peneliti akan melakukan analisis terhadap sector industri bisnis kuliner di sektor mikro menengah, dimana sektor ini mempunyai tingkat perkembangan bisnis yang sangat dinamis.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti sangat tertarik untuk membuktikan dan mengkaji ulang dengan melakukan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis sesuai dengan perkembangan industri bisnis kuliner saat ini, apakah ada hubungan harga, kualitas produk dan mutu pelayanan terhadap kepuasan sehingga peneliti memilih judul “Analisis Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tribe Kopi Kediri”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka dalam penulisan skripsi ini terdapat beberapa permasalahan yang akan diidentifikasi, antara lain :

1. Harga yang ditetapkan oleh Tribe Kopi di Kediri cenderung masih mahal jika dibandingkan dengan harga yang berlaku di pesaing lainnya
2. Adanya keluhan dari pelanggan terkait kualitas produk (makanan dan minuman) Tribe Kopi di Kediri.
3. Masih ada keluhan dari pelanggan terkait kualitas pelayanan Tribe Kopi di Kediri.
4. Kepuasan pelanggan Tribe Kopi di Kediri belum maksimal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penulis membatasi masalah penelitian pada variabel kepuasan pelanggan ditinjau dari harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, penelitian ini hanya dilakukan di Tribe Kopi di Kediri dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Tribe Kopi di Kediri

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang masalah, selanjutnya peneliti melakukan identifikasi dan penjabaran rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri?

4. Apakah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, selanjutnya tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Tribe Kopi Kediri.

F. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi pada sektor industri bisnis kuliner mikro menengah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Tribe Kopi Kediri

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berupa saran dan informasi bagi Tribe Kopi terutama pada

bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan memberikan gambaran secara obyektif terkait dengan pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Tribe Kopi Kediri.

c. Bagi Karyawan

Sebagai bahan referensi serta tambahan ilmu dan wawasan mengenai harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan agar pengunjung Tribe Kopi Kediri meningkat.

2. Manfaat Teoretis

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dan mengkonfirmasi teori manajemen pemasaran, khususnya mengenai hubungan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Aldyawan, A., Kusuma, D., & Soedjoko, H. (2021). Analisis Hubungan Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Depot Tommy Kediri. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 786–794.
- Ali, M. M., Hariyati, T., Pratiwi, M. Y., & Afifah, S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Penerapannya Dalam Penelitian. *Education Journal*, 2(2), 1–6.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Andika Dwi Wirawan, Edy Djoko Soeprajitno, Restin Meilina. (2023). *Pengaruh media sosial, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di toko legian nursery 1),2),3)*. 2(Istanti 2019), 1566–1574.
- Ariyantini, K. Y., & Tegeh, I. M. (2022). *Media Pembelajaran Interaktif Berbantuan Powerpoint Pada Subtema 1 Lingkungan Tempat Tinggalku Tema 8*. 5(2), 250–259.
- Arsyansyah, A., & edy djoko soeprajitno. (2024). *Kepuasan Pelanggan “ Dan Cell ” Warujayeng-Nganjuk: Peran Harga, Kualitas Pelayanan, dan Citra Toko*. D(1).
- Deby Sagara, Basthoumi Muslih, & Dodi Kusuma Hadi Soedjoko. (2023). Analysis of Product Quality, Price and Service Quality on Customer Repurchase Intention at Marboba Outlet. *Kilisuci International Conference on Economic & Business*, 1(1), 98–106.
- Dilla, K., Sabilla, E. N., & Muslih, B. (2022). *Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 ANALISIS KUALITAS PRODUK, CELEBRITY ENDORSER, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA MS GLOW OUTLET KERTOSONO*. 457–463.
- Fadhil Adli, M., Wijayanto, A., & Farida, N. (2023). Pendahuluan Seiring perkembangan zaman di era globalisasi ini dengan teknologi yang semakin maju memberikan pengaruh terhadap keadaan dunia bisnis dan upaya untuk menjaga pangsa pasar , untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan . Oleh karena i. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 321–331. <https://doi.org/2746-1297>
- Fajarudin, R. D., Wihara, D. S., & S, E. D. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Pada*

Toko Bangunan Pratama Kediri. 2(1).

- Fandy Tjiptono, A. D. (2019). *Kepuasan Pelanggan : Konsep, Ukuran dan Strategi.* Andi.
- Faozi, I., & Handayani, S. (2019). Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Pt Bina Pertiwi Semarang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 47.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26, Edisi 10. In A. S Heri (Ed.), *Badan Penerbit Universitas Diponegoro* (10th ed., Issue Juli). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- H.R, R. D. A. Y., & Sutapa, H. (2022). OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Vol.2, No.3 September 2022 e-ISSN: 2962-4010; p-ISSN: 2962-4444, Hal 126-138*
PENGARUH HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN CAFE SAP KEDIRI, 2(3), 126–138.
- Hartadi, N., & Husda, N. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3), . 34-43.
- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86–96.
- Kloter & Gary Armstrong. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (9th ed.). Erlangga.
- Kusuma, S. (2022). *Analisis Kualias Pelayanan , Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Mireno Tirtoudan Kota Kediri* (Issue 76). Universitas Nusantara PERSatuan Guru Republik Indonesia.
- Marissa Grace, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi : 59, 59, 290572.*
- Norita, Meilina, R., & Muslih, B. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO MADU HONEY DI
KAMPUNG MADU DESA BRINGIN PARE. *Angewandte Chemie
International Edition*, 6(11), 951–952., 1(April).

- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Nursyam, N., Dzuhri, A., Putro, N. A., Ratna, R., Khizanatusani, L., Maryati, S., Ula, L. Z., Anggraini, N., Syah, M. A., Wijaya, R., Fauzin, F., Mujiantoro, M., Dalah, E. P. Y., Ermen, M., Ramadani, F. I., & Ismanto, A. (2019). HIBAH BINA DESA PENERAPAN TEKNOLOGI PENGOLAHAN ECENG GONDOK SEBAGAI PAKAN TERNAK DAN INDUSTRI KERAJINAN RUMAH TANGGA DI KELURAHAN LEMPAKE. *JURNAL PENGABDIAN AL-IKHLAS*, 4(1). <https://doi.org/10.31602/jpai.v4i1.1509>
- Panutur, N. I., Puspasari, I. D., & Widodo, M. W. (2020). Restrukturisasi Ekonomi dan Bisnis di Era Covid 19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 419.
- Paryanti, S. dan A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1). <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Purnama, D., Muchlis, S., & Wawo, A. (2019). Harga Pokok Produksi Dalam Menentukan Harga Jual Melalui Metode Cost Plus Pricing Dengan Pendekatan Full Costing (Studi pada PT. Prima Istiqamah Sejahtera di Makassar). *JRAK VOL. 10*, 10(1), 119–132.
- Santika, A., & Aquina, A. (2024). The Effect Of Atmosphere Cafe, Product Quality And Facilities On Customer Satisfaction Antara Coffee Semarang Pengaruh Cafe Atmosphere, Kualitas Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Antara Coffee Semarangid 2 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 8–16.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan

- Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Sari, P. N., Dumadi, & Harini, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Skincare MS Glow di Store Rofa Losari Brebes. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 4776–4788.
- Sholeh, M., & Hadi Soedjoko, D. K. (2023). Analisis dampak citra merek, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan last king the barbershop kediri 1),2). *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 2, 415–424.
- Sri Harjanti, R., & Murwanti, S. (2021). Analisis Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Dengan Metode Cost Plus Pricing (Studi Kasus Pada Ukm Wedang Uwuh 3Gen Tegal). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 84–97.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D – MPKK* (3rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R \& D*. Alfabeta, Bandung.
- Sukmawati, R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 130–142.
- Sulistiyawati, N. M. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN INDUS UBUD GIANYAR. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pregaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasaan Pelanggan Pada Grab Food (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 12(1), 70–83.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. AndiOffset.
- Triongko, B., Widodo, U., & Widowati, M. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Aki Incoe PT Meka Adipratam di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 214–226.
- VENY, LAILIA, Meilina, & Restin. (2020). *PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BIRO ADMINISTRASI UMUM DAN PRODI MANAJEMEN DI UNP KEDIRI*.
- Verrantis, H. V., Wiyani, W., & Ratri, A. M. (2023). Kinerja Tingkat Kesehatan Bank Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Bank Umum Konvensional yang Terdaftar di Bursa E. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Universitas*

Merdeka Malang, 1–12.

- Wahyuddin, N. R. (2023). Peranan Bisnis Makanan Dan Minuman Berbasis Home Industry Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Pelaku UMKM Di Kawasan Kuliner Monumen Ganggawa Kabupaten Sidenreng Rappang. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4).
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>
- Wicaksono, YMA, & Soedjoko, D. K. H. (2023). Pengaruh Motivasi, Insentif, Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Zafa. ... *DAN BISNIS (SIMANIS) Dan Call for ...*, 2, 1405–1414.
- Wijaya, W. R., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 82–91.
- Yeni Putri Susilowati, Basthomi Muslih, D. K. H. S. (2022). *LINGKUNGAN KERJA DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PADA PUSAT OLEH-OLEH MAK PLENGEH KEDIRI*. 735–740.
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi linier berganda. *Journal Article*, 1–12.