

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GERAJ MIXUE**

SKRIPSI

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



OLEH :

JANNAH SHELA RAHAYU

NPM : 2012010252

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

Skripsi oleh :
JANNAH SHELA RAHAYU
NPM: 2012010252

Judul:
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GERAI MIXUE**

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

Tanggal: 10 Juli 2024

Dosen Pembimbing I



Dr. Sri Aliami, M.M.
NIDN. 0716086403

Dosen Pembimbing II



Poniran Yudho Leksono, M.M.
NIDN. 0704047306

Skripsi oleh :
JANNAH SHELA RAHAYU
NPM: 2012010252

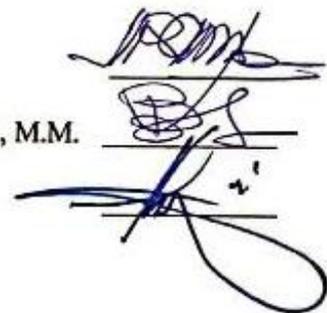
Judul:
**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GERAJ MIXUE**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : 10 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Sri Aliami, M.M.
2. Penguji I : Dr.M. Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, M.M.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : JANNAH SHELA RAHAYU

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tgl.Lahir : Kediri/ 17 Januari 2003

NPM : 2012010252

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,

Yang Menyatakan



JANNAH SHELA RAHAYU

NPM: 2012010252

MOTTO :

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

Dan satu lagi,

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah :286)

PERSEMBAHAN :

Skripsi ini ku persembahkan kepada:

1. Cinta pertamaku dan panutanku, ayahanda Kasmidi. Terima kasih telah percaya atas semua keputusan yang telah penulis ambil untuk melanjutkan mimpinya, serta cinta, do'a, support dan motivasi yang selalu membuat penulis percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Pintu surgaku ibunda Kastin, mustahil penulis mampu melewati semua permasalahan yang penulis alami selama ini jika tanpa do'a, ridho dan dukungan dari beliau. Terima kasih ibu, berkatmu ternyata penulis mampu.
3. Kepada cinta kasih saudara saya Ponco Nur Syafitro. Terima kasih telah memberikan semangat dukungan dan motivasi serta terima kasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Untuk Nahrul Hayat. Terimakasih atas dukungan, motivasi, do'a serta cinta yang telah kamu berikan kepada penulis, serta terima kasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat dan pendengar terbaik penulis sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mau meluangkan waktunya di setiap hari penting penulis.
5. Untuk teman-teman. Terima kasih karena sudah mampu bertahan hingga akhir, terima kasih atas petualangan hebat selama 4 tahun ini, see you the next top bestieku.
6. Untuk diri sendiri yang sudah mampu dan mau bertahan hingga detik ini melewati berbagai macam badai namun tetap memilih tegak dan kuat. Terima kasih Shela, kamu hebat bisa menyusun tugas akhir ini dengan baik.

ABSTRAK

Jannah Shela Rahayu: Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Mixue, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

Mixue adalah gerai minuman dan es krim yang berasal dari China didirikan oleh Zhang Hongchao pada bulan juni tahun 1997. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue serta untuk mendapatkan informasi mengenai variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik penelitian kausalitas hubungan sebab-akibat antara variabel yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini sejumlah 40 responden yang dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan kuesioner sebagai instrumennya. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. 88,6% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi oleh ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan citra merek dan sisanya sebesar 11,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan anugerah-Nya, sehingga proposal dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Mixue”** ini dapat terselesaikan. Penyusunan seminar proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dr. Sri Aliami, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, ilmu, dan pengetahuan kepada penulis.
5. Poniran Yudho Leksono, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan yang luas dan bermanfaat bagi saya selama masa perkuliahan.
7. Orang tua yang selalu memberikan dukungan dan semangat, serta doa restu sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan yang terakhir, untuk diri saya sendiri yang sudah mampu dan mau bertahan hingga detik ini melewati berbagai macam badai namun tetap memilih tegak dan kuat. Terimakasih shela, kamu hebat bisa menyusun tugas akhir ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk siapapun yang membacanya, secara khusus untuk berbagai pihak yang berkaitan dengan ilmu Manajemen.

Kediri,



Jannah Shela Rahayu

DAFTAR ISI

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

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11

BAB II: KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori.....	13
a. Kepuasan Konsumen	13
b. Definisi Kepuasan Konsumen	13
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen.....	14
d. Teknik Mengukur Kepuasan Konsumen	14
e. Indikator Konsumen	15
1. Kualitas Produk	16
a. Definisi Kualitas Produk	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk Makanan	17
c. Indikator Kualitas Produk.....	18
2. Harga	19

a.	Definisi Harga	19
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga	21
c.	Tujuan Penetapan Harga.....	21
d.	Indikator Harga.....	22
3.	Citra Merek.....	22
a.	Definisi Citra Merek.....	22
b.	Unsur-Unsur Citra Merek.....	24
c.	Elemen Citra Merek	24
B.	Indikator Citra Merek	25
C.	Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
D.	Kerangka Berpikir	28
E.	Kerangka Konseptual	31
F.	Hipotesis	33

BAB III: METODE PENELITIAN

A.	Variabel Penelitian	34
1.	Identifikasi Variabel Penelitian	34
a.	Variabel Terikat.....	34
b.	Variabel Bebas.....	34
2.	Definisi Operasional Variabel	35
a.	Variabel Terikat.....	35
b.	Variabel Bebas.....	36
1.	Pendekatan Penelitian dan Teknik Penelitian.....	39
2.	Pendekatan Penelitian.....	39
3.	Teknik Penelitian.....	39
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	40
1.	Tempat Penelitian	40
2.	Waktu Penelitian	40
C.	Populasi dan Sampel.....	40
1.	Populasi	40
2.	Sampel	41

D. Instrumen Penelitian	42
1. Pengembangan Instrumen	42
2. Validitas dan Realibilitas Instrumen	43
E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	46
1. Sumber Data	46
2. Teknik Pengumpulan Data	47
F. Teknik Analisis Data	48
1. Uji Asumsi Klasik	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3. Pengujian Hipotesis	51

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	53
1. Sejarah Singkat	53
2. Visi dan Misi	56
3. Struktur Organisasi	56
B. Deskripsi Data Variabel	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden	57
2. Deskripsi Data Variabel Penelitian	59
C. Analisis Data	68
1. Pengujian Asumsi Klasik	68
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
D. Pengujian Hipotesis.....	76
1. Uji Parsial (Uji-t).....	76
2. Uji Simultan (Uji-f)	77
3. Hipotesis Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	78
E. Pembahasan	79
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	79
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	80
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen	81

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan konsumen	82
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Perbandingan Harga <i>Ice Cream</i>	2
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
3.1 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	42
3.2 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	43
3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	44
3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	46
4.1 Menu-menu Mixue Ice Cream & Tea.....	55
4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	60
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	61
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	65
4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	67
4.8 Hasil Uji Multikolonieritas.....	70
4.9 Hasil Uji Autokorelasi.....	71
4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	77
4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Konseptual.....	32
4.1 Hasil Uji Normalitas.....	69
4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
Lampiran 1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian	89
Lampiran 2	Tabulasi Data	93
Lampiran 3	Hasil Olah Data	97
Lampiran 4	Surat Izin Penelitian.....	108
Lampiran 5	Surat Balasan Penelitian	109
Lampiran 6	Berita Acara.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia sedang berada pada kompetisi yang ketat. Diantaranya yaitu industri makanan di bidang *ice cream*. Perkembangan produk *ice cream* di Indonesia akhir-akhir ini berkembang di berbagai pelosok wilayah. Hal ini terlihat semakin banyak bermunculan jenis produk *ice cream* baik merek impor maupun merek yang diproduksi di dalam negeri sendiri. Perkembangan produk *ice cream* membuat tingkat persaingan, sehingga masing-masing produsen berlomba-lomba meningkatkan kualitas dari produknya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya.

Ice cream merupakan salah satu produk yang cocok dikonsumsi untuk iklim tropis, sehingga salah satu pilihan untuk menghilangkan dahaga. *Ice cream* berupa makanan semi padat yang dibuat dengan cara pembekuan dengan bahan campuran susu, lemak hewani ataupun nabati, pemanis dengan atau tanpa bahan makanan lainnya yang diizinkan. *Ice cream* sendiri banyak diminati oleh masyarakat diberbagai tingkat usia, karena rasanya manis dan lumer dimulut.

Mixue merupakan perusahaan *ice cream* asal China yang telah berdiri dari tahun 1997. Saat ini, usaha ini sudah mempunyai lebih dari 21.000 gerai yang tersebar luas di dalam maupun di luar China seperti Vietnam, Singapura, Malaysia, bahkan Indonesia, di Indonesia sendiri

Mixue Ice Cream and Tea telah masuk sejak tahun 2020 lalu dan sudah ada lebih dari 300 cabang di Indonesia.

Mixue juga menawarkan berbagai jenis varian di gerai seperti : *Boba Sundaee, Brown Sugar Pearl Milk Tea, Oreo Sundaee, Berrybean Sundaee, Chocolate Lucky Sundaee, Mango Smoothies with Ice Cream, Coconut Jelly Milk Tea*, dan lain-lain. Variasi jenis *ice cream* ini tentu akan mendapatkan penilaian dari konsumen yang berbeda-beda setelah mengonsumsinya. Menu pada minuman *ice cream and tea* lainnya juga hampir sama dengan menu *Mixue ice cream and tea*, yang membedakan adalah harga. Berikut perbandingan harga minuman *ice cream and tea* lainnya dengan *Mixue ice cream and tea*:

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Ice Cream

No.	Nama Brand	Harga Produk
1.	Mixue ice cream and tea	Rp.8000,00 – Rp.22.000,00
2.	Momoyo ice cream	Rp.8000,00 – Rp.26.000,00
3.	Xi Bo Ba	Rp.15.000,00 – Rp.30.000,00
4.	Chatime	Rp.19.000,00 – Rp.32.000,00

Sumber : Tribun.news

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa kisaran harga es krim termurah pada produk *Mixue* yaitu Rp.8000, sedangkan untuk harga yang paling mahal terdapat pada produk *Chatime* dengan harga Rp.32.000.

Pada penelitian ini memfokuskan pada gerai *Mixue ice cream and tea* di berbagai wilayah. Gerai *Mixue Ice Cream and Tea* memiliki lokasi yang cukup strategis dan tempat yang nyaman untuk menikmati

ice cream and tea. *Ice cream* yang cukup terkenal di kalangan masyarakat ini karena dengan harga Rp.8000 sudah bisa menikmati *ice cream* dengan krupuk yang berbentuk *cone* yang enak dan bisa meningkatkan *mood* ada tiga varian yaitu *coffe*, *strawberry*, dan juga *vanilla*. Alasan *Mixue ice cream and tea* digemari oleh banyak masyarakat karena rasa es krim yang creamy dan lezat. Selain itu, *Mixue ice cream and tea* menyediakan menu yang sangatlah variatif, *Mixue ice cream and tea* juga menggunakan bahan-bahan yang berkualitas serta citra merek yang bagus sehingga membuat konsumen memperoleh kepuasan ketika melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan ketika harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika produk tersebut tidak memenuhi harapan maka konsumen akan merasa kecewa, sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Khusus untuk kualitas produk akan dinilai memuaskan jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen yang puas akan membeli lagi dan merekomendasikan kepada orang lain mengenai pendapatnya tentang produk es krim tersebut.

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa, (2018), menyatakan bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Priharto (2020), kepuasan pelanggan

adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, selain itu memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Begitu pula yang harus dilakukan oleh *Mixue* agar dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Sebagai konsumen, dengan begitu maraknya usaha penjualan es krim tentu saja akan membingungkan konsumen untuk melakukan pemilihan. Oleh sebab itu, faktor seperti kualitas produk, harga dan citra merek di mungkinkan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Salah Satu strategi yang dapat dilakukan untuk memuaskan konsumen adalah dengan memberikan kualitas produk yang baik. Kualitas produk perlu diperhatikan oleh pelaku usaha karena merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas produk yang maksimal juga dapat memberikan nilai tersendiri bagi perusahaan sehingga usahanya mampu bertahan khususnya untuk usaha pada bidang kuliner.

Hal ini sesuai dengan penelitian Mentang, dkk.,(2021), bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi harapan konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau sehingga merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen untuk membeli produk tertentu. Kualitas produk yang menarik akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen untuk datang berkunjung.

Hal ini juga didukung dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Safitri et al., 2022), membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan adanya penelitian ini diharapkan semakin meningkatnya kualitas produk maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen tersebut. Teori yang menyatakan apabila kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu berdasarkan pendapat dari Lupiyoadi (2013), salah satu faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kualitas produk yang baik yang dihasilkan bermutu dan terjaga kebersihannya menciptakan rasa nyaman dan tenang dalam membeli produk *Mixue* sehingga akan membangun kepuasan konsumen. Perlunya pengembangan dalam kualitas produk dengan menggunakan kemasan yang lebih aman dan ramah lingkungan dengan meminimalisir penggunaan plastik yang mudah terurai. Jumlah produk yang harus selalu tersedia dengan jumlah yang cukup untuk menghindari kehabisan bahan serta jumlah topping yang kurang bervariasi juga mengakibatkan kepuasan konsumen setelah mengkonsumsi *Mixue* secara sering.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah harga. Menurut Mardia et al. (2021), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat atau penggunaan

atas sebuah produk atau jasa. Sedangkan menurut Indrasari (2019), harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Persepsi harga yang baik juga akan menciptakan kepuasan konsumen dengan harga yang terjangkau, maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan. Konsumen juga merasa dapat melakukan pembelian dan mengonsumsi Mixue. Berlaku sebaliknya jika harga yang ditunjukkan sangat murah sekali menurut beberapa konsumen akan menciptakan rasa meragukan akan kualitas produk dari Mixue. Untuk itu, persepsi harga sangat berdampak sekali dalam membangun kepuasan konsumen.

Mixue sendiri menawarkan harga yang bervariasi dan terbilang terjangkau untuk *ice cream* yang dijual dengan beragam varian rasa. Tetapi, tidak seluruh konsumen akan mempunyai pemikiran yang sama tentang harga yang ditawarkan. Menurut (Melpiana & Sudrajat, 2022), menunjukkan bahwa “Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta kepuasan konsumen untuk membeli”. Hal ini juga didukung dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Osman et al. (2018) dan Isnaimi (2018), yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen.

Persaingan dalam dunia bisnis sangat ketat, setiap perusahaan harus melakukan upaya-upaya agar bisa memimpin pasar dengan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu dari banyak strategi pemasaran adalah

pemberian merek. Merek adalah identitas dari suatu perusahaan yang menjadi pembeda produk perusahaan dengan produk pesaing melalui kombinasi dari logo, simbol, nama, lambang, dan unsur lain. Citra merek yang baik membuat konsumen menjadi kepuasan dalam membeli produk karena konsumen yang senang dan merasa bangga ketika membeli produk yang memiliki reputasi yang baik, sehingga terciptanya kepuasan konsumen.

Citra merek juga sangat perlu ditingkatkan dalam mencapai kepuasan konsumen yang maksimal merek dagang Mixue di Indonesia. Mixue sendiri kurang meningkatkan kepercayaan masyarakat karena masih ada segelintir konsumen yang masih ragu dalam mengonsumsi Mixue. Kurangnya informasi penggunaan kandungan yang sehat serta kebersihan dalam produksi untuk mengurangi rasa keraguan para konsumen. Menurut (Firmansyah, 2019) bahwa merek yaitu nama, istilah, tanda, desain, atau kombinasi dari semua yang memperlihatkan identitas produk atau jasa yang membedakan produk itu dari produk pesaing. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wirama & Keni (2019), menunjukkan bahwa konsumen menjadikan citra merek sebagai bahan pertimbangan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini juga didukung dari penelitian oleh Gunardi dan Erdiansyah (2019), menemukan bahwa citra merek mempengaruhi kepuasan konsumen. Berdasarkan wawancara awal dengan pengelola gerai mixue, dinyatakan apabila tim diberusaha keras menjaga kualitas produk agar tidak terjadi perubahan citra rasa, aroma, porsi,

tata penyajian, formulasi ketentuan harga maupun pencitraan yang berasal dari perusahaan maupun dari konsumen pecinta *Mixue ice cream*. Pengelola juga berusaha menguatkan tingkat kepuasan dari para konsumen maupun pelanggan dengan harapan nantinya akan terpenuhi harapannya, bersedia membeli ulang, dan sekaligus bersedia merekomendasikan kepada siapapun tentang keberadaan *ice cream mixue*. Kiat-kiat tersebut merupakan terobosan strategi dari pengelola yang mendapatkan tanggung jawab terhadap keberlangsungan perusahaan. Sedangkan hasil akhir sebagai jawaban, sangat ditentukan oleh konsumen dan salah satu cara mengetahui realita tersebut harus dianalisis berdasarkan data empiris dari konsumen atau pelanggan yang menikmati kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang dirasakan atau disebut sebagai tingkat kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti memilih judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen pada Gerai Mixue.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis dalam melakukan penelitian ini mengidentifikasi masalah sebagai berikut.

- a. Kepuasan konsumen merupakan target utama dari Gerai Mixue. Namun demikian, cukup banyak Grai Ice Cream lainnya yang belum berusaha menciptakan dan meningkatkan kepuasan terhadap produk yang ditawarkan. Tidak jarang pula konsumen menyampaikan komplain

disebabkan baik dari aspek pemasaran maupun proses dan sistem pelayanan.

- b. Kualitas produk Ice cream pada umumnya sangat ditentukan oleh kesesuaian cita rasa yang disajikan dibandingkan dengan keinginan dan kebutuhan penikmatnya. Sedangkan selera seseorang terhadap Ice cream sangat bervariasi sesuai dengan pengalaman yang ditargetkan oleh setiap individu dalam pola konsumsi. Untuk itu masalah awal pada penelitian terkait dengan kualitas produk Ice cream yang dijual oleh Gerai Mixue berdasarkan observasi penelitian yakni masih belum maksimal terutama dalam menyajikan Ice cream yang memiliki kesesuaian tingkat kematangan, warna, porsi, penampilan. Sedangkan untuk bentuk, cita rasa, temperatur, tekstur, dan aroma sudah dirasakan baik.
- c. Pengusaha saat melakukan penentuan harga cenderung tanpa melalui proses perhitungan secara detail sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan penentuan laba yang diharapkan. Sebagai dampaknya terjadi harga produk yang terlalu mahal menurut segmentasi pasar tertentu.
- d. Citra merek yakni kesan yang diberikan terhadap suatu produk. *Mixue ice cream* sebagai salah satu produk dari china dapat di kategorikan telah memiliki popularitas di berbagai negara, konsumen yang membeli *Mixue ice cream* di anggap mempunyai *prestise* di masyarakat dan bahkan *Mixue ice cream* diakui sebagai es krim yang berkualitas. Pada realitanya pada Gerai Mixue belum menerapkan hal tersebut, terutama pada aspek citra produk yang mana saat ini sedang ramai

diperbincangkan karena Gerai Mixue terlalu banyak membuat toko namun bahan baku sering kosong alhasil menu pada katalog banyak yang tidak tersedia di Gerai.

C. Batasan Masalah

Untuk membatasi ruang lingkup permasalahan dengan pembahasan penelitian ini, maka permasalahan yang diteliti dibatasi pada.

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- c. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- d. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini yakni sebagai berikut.

- e. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue?
 - a. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue?
 - b. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue?
 - c. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue?

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui dan menganalisis.

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- c. Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.
- d. Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Gerai Mixue.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan, terdapat manfaat penelitian sebagai berikut.

1. Manfaat Tooretis
 - a. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi suatu bukti empiris berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada mixue.
2. Manfaat Praktis
 - a. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi masukan untuk perusahaan Mixue, agar lebih dapat mengetahui hal-hal yang menjadikan kepuasan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga lebih mampu meningkatkan profit perusahaan.

- b. Hasil penelitian diharapkan mampu menjadi referensi dan sumber informasi bagi para konsumen terkait faktor-faktor yang mampu mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Yunia R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Springbed Merek Kirana Di Kirana Furniture. July*, 1–23.
- Armasaid, D. (2021). Pengaruh Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Member Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Bab III Metode Penelitian, 1*, 1–9. [http://repository.stei.ac.id/5476/4/BAB III.pdf](http://repository.stei.ac.id/5476/4/BAB%20III.pdf)
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004)*, 6–25.
- Hambali, O. N. V., Suwarsono, B., & Kurniawan, B. W. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Rumah Makan Ayam Bakar & Goreng Lestari di Nganjuk). *Triwikrama; Jurnal Ilmu Sosial, 1(5)*, 50–60.
- Megasari Manik, C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research, 1(7)*, 694–707. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.134>
- 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>
- Utami, R. R. (2023). *Pengaruh Lokasi, Kualitas..., Rofingu Rizki Utami, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2023*. 1–11.
- Willianti. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Smartphone. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004)*, 6–25
- (Tamara & Yulianto, 2022) Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1)*, 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). Bab Ii Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Dan Hipotesis. *Manajemen Pemasaran, July*, 1–23.

- Economics, P., Khaldoon, A., Ahmad, A., Wei, H., Yousaf, I., Ali, S. S., Naveed, M., Latif, A. S., Abdullah, F., Ab Razak, N. H., Palahuddin, S. H., Tasneem Sajjad, Nasir Abbas, Shahzad Hussain, SabeehUllah, A. W., Gulzar, M. A., Zongjun, W., Gunderson, M., Gloy, B., Rodgers, C., Orazalin, N., Mahmood, M., ... Ishak, R. B. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Corporate Governance (Bingley)*, 10(1), 54–75.
- Fay, & Lenox, D. (2017). Pengaruh Harga Jual dan Volume Penjualan Terhadap Laba Bersih. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.,10–22.
- Ii, B. A. B., Konsumen, A. K., & Konsumen, D. K. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan..., Bagus Panuntun, Fakultas Psikologi UMP, 2019. 2006.*
- Tamara, L. D., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Catur Eka Jaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10, 1–18. <http://repository.upbatam.ac.id/id/eprint/1635%0Ahttp://repository.upbatam.ac.id/1635/1/cover.s.d.bab.III.pdf>
- Xian, Gou Li,dkk. (2011). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa.
- Solikhah, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Awareness, Harga & Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen Pada “Mixue Ice Cream & Tea” Di Kota Purwokerto.* 1–196.
- Prayoga, B., Batubara, Z. K., Masli, & Rifka, I. (2021). *Produk Kosmetik Wardah.*
- Widiastuti, E., & Hendarti, Y. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Pt. Sahabat Tour & Travel Sukoharjo. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1–23.
- Erida, E., Indrawijaya, S., & Abdilah, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (the Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Jakoz Brand T-Shirt Product). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 9(1), 23–33. <https://doi.org/10.22437/jmk.v9i1.9236>
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–

30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>

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>

Nisa Lutvita, A., & Bara Kusuma, Y. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Es Teh Indonesia (Studi Kasus Generasi Z di Kota Surabaya). *Seiko : Journal of Management & Business*, 6(1), 473–483. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3917>