

# proposal artikel pemasaran semhas (Nailahtul Muazaroh\_202010200100) (1).docx

by 8 Perpustakaan UMSIDA

---

**Submission date:** 17-Apr-2024 09:22AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 2352292198

**File name:** proposal artikel pemasaran semhas (Nailahtul Muazaroh\_202010200100) (1).docx (125.06K)

**Word count:** 4727

**Character count:** 29549

# **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan**

## **The Influence of Price, Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction of Pasuruan Prigen Satan Noodles.**

Nailahtul Muazaroh<sup>1</sup>, Rizky Eka Febriansah<sup>2</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia.

<sup>2)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia.

\*Email Penulis Korespondensi: [rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id](mailto:rizkyfebriyanzah@umsida.ac.id)

**Abstract :** The primary objective of this study is to investigate whether consumer satisfaction can be impacted by the interplay of price, product quality, and service quality within the operational framework of Satan Noodles. A quantitative approach was employed for this research, with sample selection carried out via purposive sampling, resulting in a sample size of 100 respondents. The focus was on consumers of Satan Noodles who had not previously experienced the dish in Prigen Pasuruan. Findings indicate that while price does not directly and significantly influence consumer satisfaction, both product quality and service quality do have direct, positive, and significant impact on it. Despite acknowledging limitations, the author hopes that this study will contribute to the understanding of how price, product quality, and service quality collectively affect consumer satisfaction within the Satan Noodles context. It is anticipated that this research will serve as a valuable resource for stakeholders involved and contribute to the existing literature on this subject matter.

15

**Keyword :** Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan konsumen mempengaruhi hubungan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pada operasional restoran Mie Setan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan untuk memperoleh sampel penulis menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan fokus pada konsumen Mie Setan ialah mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x temuan ini menunjukkan bahwa dampak harga tidak berlangsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sementara itu kualitas produk dan kualitas layanan memiliki dampak langsung yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menyadari adanya banyak kelemahan dan batasan dalam penelitian ini, penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat. Penelitian ini di harapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan dan melengkapi literatur mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

### **I. PENDAHULUAN**

Industri kuliner mengalami peningkatan jumlah perusahaan di era modern, yang masing – masing memiliki keunggulan dan ciri khas. Semua kelompok umur menganggap bisnis makanan ini menarik, terutama bagi kaum milenial (Pebriantika, Pitriyani, and Selaeman 2022). Masakan pedas merupakan pilihan kuliner yang umum di kalangan masyarakat indonesia. Indonesia memiliki banyak restoran popular, yang menyebabkan banyak persaingan ketat antar vendor.

Oleh karena itu, para pelaku industri kuliner harus menciptakan strategi yang menarik dari segi biaya, rasa dan tingkat pelayanan. Kepuasan Konsumen merupakan aspek utama dalam pemasaran suatu produk khususnya yang memiliki kualitas baik

dan brand yang terkenal (Raissa Aprita Nur Maharani 2022). Gagasan sentral memberikan kemudahan dalam pemasaran dan dapat dipercaya oleh pembeli dari segi kualitas dan manfaatnya setelah memberikan penilaian terhadap suatu produk. Hal ini membuktikan bahwa

rasa puas konsumen terhadap suatu brand, tidak akan mudah berpaling dari brand tersebut.

**Data grafik menunjukkan perputaran produksi berbagai perusahaan mie dari tahun 2022 :**



Gambar 1 data grafik

Dari 3 data perbandingan tersebut terbukti bahwa mie setan yang paling di sukai oleh kalangan anak mudah, karena selain porsi yang pas dan rasanya yang enak, harganya sendiri tidak terlalu mahal cukup terjangkau untuk kantong pelajar maupun mahasiswa.

Selain itu, harga merupakan elemen lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan konsumen, pada kenyataannya, komponen kunci dalam memastikan kepuasan konsumen adalah harga (Raissa Aprita Nur Maharani 2022). Dalam hal menentukan untuk membeli suatu produk, harga yang di berikan sesuai dengan harapannya dan kualitas produk tersebut. Jika konsumen menolak membeli produk, penjual perlu mempertimbangkan kembali harga yang di minta. Konsumen mungkin percaya bahwa harga tinggi dan tidak sebanding dengan kualitas produk. Oleh karena itu, diperlukan pemikiran ulang mengenai strategi penetapan harga yang tepat.

Kualitas produk menjadi faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, tidak hanya karena melakukan mempertahankan standar kualitas yang konsisten, tetapi juga karena melakukan pengembangan produk secara berkelanjutan (Laili and Budiarti 2023). Mie setan telah berhasil menyajikan produk dengan tinggi dan sesuai dengan nilai harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga tetap diminati di tengah-tengah persaingan dengan mie pedas lainnya. Kualitas produk merupakan salah satu elemen yang berpengaruh dan mendorong kepuasan konsumen

dengan memenuhi harapan dan preferensi mereka serta mencerminkan sejauh mana produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Pelayanan adalah sesuatu yang tidak boleh diabaikan saat ini, ada anggapan bahwa menawarkan layanan berkualitas tinggi yang dapat memuaskan konsumen adalah kunci keberhasilan dalam persaingan perusahaan (Bilal Achmad Zaki Ramadhan1 et al. 2021). Konsumen yang terdesak waktu, terutama yang memiliki jadwal padat, ingin pesanannya segera di penuhi. Karena kebutuhan ini, sejumlah besar perusahaan makanan cepat bermunculan, dan mereka berlomba – lomba satu sama lain untuk menyediakan produk food and beverage yang lebih baik dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen dan loyalitas merek.

Karena penelitian seperti ini sudah pernah di teliti terdapat research gap. Bagaimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Menurut ~~penelitian~~ (Jienardy 2017) dalam salah satu penelitian yang menunjukkan dampak positif dan signifikan penetapan harga ~~hadap~~ kepuasan konsumen. Sedangkan menurut kajian (Pebriantika et al. 2022) harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut (Sholikhah 2023) ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian (Sudarsono, Aryanto, and Akbar 2022) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Di sisi lain menurut (Nursakinah, Hingga, and Binangkit 2022) yang membuktikan bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Penelitian lain, (Mariansyah and Syarif 2020) seperti, menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan observasi terhadap fenomena, permasalahan yang muncul, serta tinjauan terhadap beberapa penelitian dengan judul "Dampak Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan"

**Tujuan :** Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami dampak Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen yang di tawarkan Mie Setan Prigen Pasuruan.

**Rumusan Masalah :** Dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat menentukan signifikan atau tidaknya suatu variabel.

**Pertanyaan Penelitian :** Apakah dampak Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan?

**Kategori SDGs :** Sesuai dengan kategori SDGs 8 <https://sdgs.un.org/goals/goal9> tentang pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi

## LITERATURE REVIEW

### Price (Harga) X1

Harga menurut (Erni Fitriani1, Arif Maulana Yusup2, Asep Nurhikmat3 2022) Harga di definisikan sebagai jumlah uang yang di bayarkan untuk suatu food and beverage, atau nilai yang harus di tukarkan oleh konsumen untuk menerima manfaat pertama. Harga adalah satu – satunya faktor bauran pemasaran yang menghasilkan

uang, faktor lainnya faktor hanya bersifat menonjolkan harga. Komponen yang paling dasar dari bauran pemasaran yaitu harga. (Rufiansah and Iaryanto Seno 2020). Sedangkan menurut (Firmansyah, Hariasih, and Indayani 2023) yang menggunakan penelitian untuk menentukan pengaruh harga dalam memilih untuk membeli dan menggunakan food and beverage, adalah konsumen yang melakukan transaksi dengan jumlah uang tunai tertentu. Menurut (Pebriantika et al. 2022) indikator harga adalah :

1. Keterjangkauan harga
2. Sesuai antara harga dengan kualitas produk
3. Persaingan harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

### **Product Quality (Kualitas Produk) X2**

Menurut (FITRI AMALIA 2023) kualitas produk adalah sebuah karakteristik, ciri dan spesifikasi yang melekat pada produk dan mempunyai suatu kelebihan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari yang di inginkan oleh konsumen. Sementara itu menurut (Ibrahim and Thawil 2019) mendefinisikan kualitas produk mempunyai kelebihan dari suatu produk yang sesuai dengan fungsinya termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Menurut (I Gede Putu Kenny Alvian 2020) mengatakan bahwa indikator kualitas produk adalah :

1. Kesegaran
2. Tampilan
3. Rasa
4. Inovasi makanan

### **Service Qualite (Kualitas Pelayanan) X3**

Menurut (Soetiyanie and Maida 2022) kualitas layanan adalah suatu apresiasi layanan secara maksimal yang di berikan oleh perusahaan dengan segala keunggulan dan kelebihan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, demi memenuhi keinginan konsumen, ketika layanan yang di terima dan di rasakan (perceived service) sesuai dengan apa yang di inginkan, maka kualitas layanan dapat di katakan baik dan memuaskan. Berdasarkan pernyataan (Umami, Rizal, and Sumartik 2019) kualitas pelayanan ialah kualitas (quality) sebuah fitur dan karakteristik food and beverage yang berada pada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang tersirat. Menurut (I Gede Putu Kenny Alvian 2020) mengidentifikasi tujuh dimensi dasar dari kualitas layanan yaitu :

1. Kehandalan
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

### **Consumer Satisfaction (Kepuasan Konsumen) Y**

Menurut (Sabda Puta Mediti 2020) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan merupakan cara bagi konsumen untuk mengevaluasi kinerja produk food and beverage yang mereka terima, yang dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli kembali atau tidak. Sebagaimana di nyatakan dalam (Kusumawardani and Achsa 2023) Pandangan konsumen terbentuk melalui pengalaman yang di alami, dan kepuasan konsumen dapat mengambil berbagai bentuk. Sebagai contoh, kepuasan dapat di raih

saat produk atau layanan yang ditawarkan memenuhi harapan secara maksimal. Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki kemampuan untuk menilai tingkat kualitas suatu produk food and beverage. Konsumen akan mengalami tingkat kebahagiaan atau kepuasan unik yang muncul dalam hati mereka jika mereka merasakan lebih dari hasil penilaian mereka terhadap kualitas yang mereka gunakan, dan sebaliknya. Menurut (I Gede Putu Kenny Alvian 2020) terdapat indikator kepuasan konsumen yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1. Minat konsumen untuk berkunjung kembali.
2. Kesediaan konsumen untuk merekomendasikan pada konsumen lainnya

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Prigen Pasuruan, Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer (Hafidzi, Rizqi, and Jumani 2022). Namun karena jumlah populasi penelitian tidak diketahui, maka populasi penelitian ini adalah mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah Non Probability Sampling yang didukung dengan Metode Accidental Sampling sebagai metode pengambilan sampel beroperasi sebagai metode penentuan sampel. Seleksi dilakukan berdasarkan penilaian peneliti, dengan memastikan bahwa hanya mereka yang memenuhi persyaratan dan tujuan yang menurut peneliti paling akurat mewakili populasi yang dituju. Rumus Lemeshow akan digunakan peneliti karena populasinya dalam penelitian ini belum diketahui

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Berdasarkan metode di atas, besar sampel ditentukan dengan menggunakan Rumus Lemeshow yang memiliki estimasi maksimum 50% dan tingkat kesalahan 10%

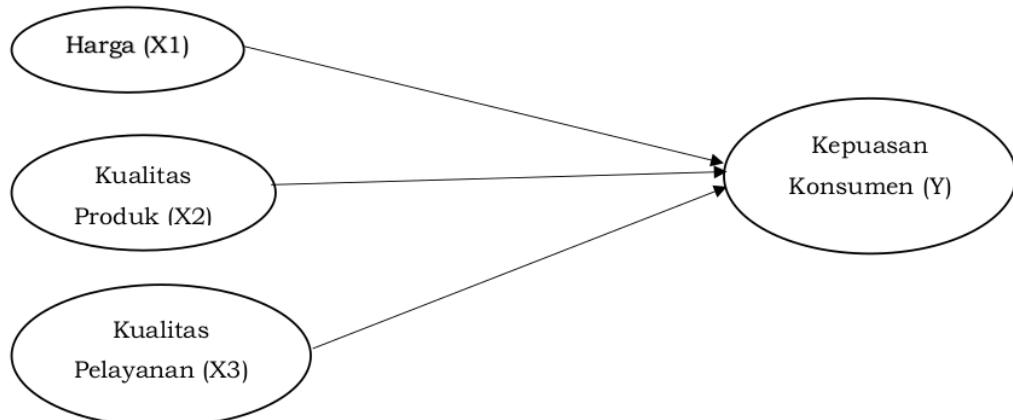
$$\begin{aligned} n &= \frac{4}{0,1^2} \\ &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{0,9604}{0,1^2} \end{aligned}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, di kumpulkan 96 sampel untuk tujuan penelitian, dan jumlah tersebut kemudian ditingkatkan menjadi 100 (Prof. Dr. Sugiyono 2013) Kuesioner digunakan untuk memperoleh data. Pernyataan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di prigen pasuruan di masukkan dalam kuesioner. Skala likert digunakan dalam pembuatan kuesioner. Untuk pengukuran indeks variabilitas yaitu skala nilai 5 (sangat setuju), nilai 4 (setuju), nilai 3 (netral), nilai 2 (tidak setuju), nilai 1 (sangat tidak setuju). Analisis data menggunakan Statistic Program For Social Science (SPSS) versi 25. Adapun beberapa uji yang dilakukan dalam pengujian data penelitian ini adalah uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t, dan analisis regresi linier berganda. Lokasi penelitian mie setan prigen pasuruan yang dijadikan objek penelitian adalah

konsumen mie setan khususnya mereka yang sudah pernah mencoba dan makan di sana lebih dari 2x. Jangka waktu penelitian adalah agustus sampai desember 2023.

### Kerangka Konseptual



**Gambar 1 kerangka konseptual**

Keterangan :

X1, X2, X3 : Variabel Bebas (Independent Variable)

Y : Variabel Terikat (Dependent Variable)

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Harga memiliki dampak pengaruh terhadap kepuasan konsumen

H2: Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

H3: Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh kepada kepuasan konsumen.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **1. Uji analisis Deskriptif**

Menurut (Syafraida Hafni Sahir 2022), Analisis Deskriptif di pakai untuk menilai variabel tanpa melakukan perbandingan atau mencari korelasi dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, 100 responden di gunakan, dengan hasil analisis deskriptif sebagai berikut:

Umur					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid 17-20	31	29.8	29.8	29.8	
21-30	73	70.2	70.2		100.0
Total	104	100.0	100.0		

Tabel 1

Jenis Kelamin					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid Laki-laki	26	25.0	25.0	25.0	
Perempuan	78	75.0	75.0		100.0
Total	104	100.0	100.0		

Tabel 2

Pekerjaan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid Swasta	12	11.5	11.5	11.5	
Pelajar/Mahasiswa	83	79.8	79.8		91.3
Lainnya	9	8.7	8.7		100.0
Total	104	100.0	100.0		

Tabel 3

Berdasarkan tabel 1,2 dan 3 dapat diketahui dengan jumlah 100 responden berdasarkan umur 17 – 20 sebanyak 29% dan 21 – 30 sebanyak 70%. 25% di antaranya berjenis kelamin laki – laki dan 75% berjenis kelamin perempuan. Lalu presentasi responden berdasarkan pekerjaan 11% pekerja swasta, 79% pelajar/mahasiswa, dan sisanya sebanyak 8%.

## 2. Uji Validitas

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0,791	0,195	Valid
X1.2	0,825	0,195	Valid
X1.3	0,732	0,195	Valid
X1.4	0,815	0,195	Valid
X2.1	0,824	0,195	Valid
X2.2	0,856	0,195	Valid
X2.3	0,834	0,195	Valid
X2.4	0,839	0,195	Valid
X3.1	0,781	0,195	Valid
X3.2	0,839	0,195	Valid
X3.3	0,886	0,195	Valid
X3.4	0,793	0,195	Valid
X3.5	0,802	0,195	Valid
Y.1	0,902	0,195	Valid
Y.2	0,894	0,195	Valid

Dari hasil Pengujian Validitas yang sudah dilakukan diatas, dapat disimpulkan bahwa setiap item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel (0,195). Oleh karena itu, dapat dipastikan bahwa instrumen penelitian telah terbukti valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian ini.

## 3. Uji Reliabilitas

Tujuan dari Pengujian Reliabilitas dalam penelitian ini adalah untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan melalui kuesioner dapat dipercaya dan mampu menggambarkan informasi yang akurat. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan memeriksa nilai Cronbach's Alpha dari setiap variabel. Suatu variabel dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 (Ursachi, Horodnic, and Zait 2015). Berikut hasil pengujian reliabilitas dari setiap variabel dalam penelitian ini.<sup>3</sup>

Variabel	Alpha	Keterangan
X1	0,795	Reliabel
X2	0,855	Reliabel
X3	0,875	Reliabel
Y	0,760	Reliabel

Dari hasil Pengujian Reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel instrument penelitian ini mendapatkan nilai Cronbach's Alpha 0,6. Sehingga kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

## **Hasil Uji Asumsi Klasik**

### **1) Uji Normalitas**

Menurut (Syafrida Hafni Sahir 2022) Pengujian Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi yang normal atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya menunjukkan analisis grafik statistik yang memenuhi syarat, dimana jika nilai signifikannya lebih dari 0,5 maka dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya kurang dari 0,5 maka dikatakan tidak berdistribusi normal.

**5  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		100
<b>Normal Parameters<sup>a</sup></b>	<b>Mean</b>	.0000000
	<b>Std. Deviation</b>	.92474793
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Absolute</b>	.126
	<b>Positive</b>	.126
	<b>Negative</b>	-.103
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>		1.259
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		.084

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai K-S sebesar 1,259 dan nilai signifikannya sebesar 0,084 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini penyebaran data berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih dari 0,5.

### **2) Uji Multikolinearitas**

Menurut (Syafrida Hafni Sahir 2022) Pengujian Multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendekripsi Multikolinearitas meliputi Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Dengan ketentuan jika nilai Tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10 artinya bahwa tidak adanya multikolinearitas antar variabel independent yang nilainya lebih dari 95%.

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics			
	B	Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	.026	.741		.036	.972			

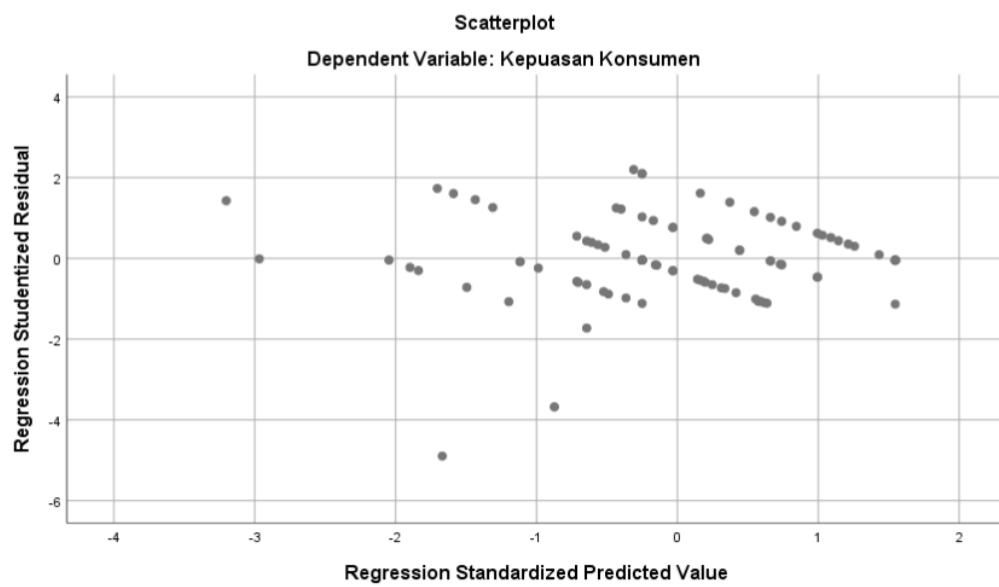
Harga	.128	.062	.205	2.065	.042	.432	2.315
Kualitas	.117	.068	.213	1.706	.091	.273	3.660
Produk							
Kualitas	.205	.050	.433	4.141	.000	.389	2.570
Pelayanan							

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
Tidak terjadi multikolinearitas karena  $> 0,1$

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai  $t$  tolerance variabel X1 sebesar 0,432 dengan nilai VIF sebesar 2,315. Sedangkan variabel X2 sebesar 0,273 dengan nilai VIF sebesar 3,660. Dan nilai variabel X3 sebesar 0,389 dengan nilai VIF sebesar 2,570.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Syafira Hafni Sahir 2022) adalah untuk melihat apakah terdapat ketidakseimbangan varians dari residual satu pengamatan ke pengalaman lain. Ketentuan pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas adalah jika titik – titik membentuk pola gelombang lebar yang kemudian menyempit, itu menandakan adanya gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik – titik tersebut tanpa pola yang jelas di angka 0, itu menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.



Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan bahwa titik – titik data menyebar secara acak berada di bawah dan di atas angka 0 serta penyebaran tersebut tidak membentuk pola bergelombang, melebar, menyempit yang dapat diartikan bahwa penyebaran titik – titik data tidak membentuk sebuah pola. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi yang baik dapat di penuhi.

6

## 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.026	.741		.036	.972
Harga	.128	.062	.205	2.065	.042
Kualitas Produk	.117	.068	.213	1.706	.091
Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	4.141	.000

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, dapat di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + b_n.X_n$$

$$Y = 0,026 + 0,128 X_1 + 0,117 X_2 + 0,529 X_3$$

Dari persamaan di atas, dapat di uraikan sebagai berikut:

- : Nilai  $a$  sebesar 0,026 menunjukkan tingkat konstan, di mana jika variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) adalah 0 maka kepuasan konsumen akan tetap sebesar 0,026 dengan asumsi variabel lain tetap.
- : Nilai  $b_1$  (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) yang sebesar 0,128 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan dalam harga akan mengakibatkan peningkatan  $\beta_1$  kepuasan konsumen sebesar 0,128 dan sebaliknya, setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,128 dengan asumsi variabel lain tetap.
- : Nilai  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) yang sebesar 0,117, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk sebesar satu satuan akan menaikan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,117 dengan asumsi variabel lain tetap.
- : Nilai  $b_3$  (nilai regresi  $X_3$ ) sebesar 0,529, menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan akan menaikan  $\beta_3$  kepuasan konsumen sebesar 0,529 dan sebaliknya setiap penurunan kepuasan konsumen sebesar 0,529 dengan asumsi variabel lain tetap.

## 2. Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	.026	.741	.036	.972
	Harga	.128	.062	.205	.042
	Kualitas Produk	.117	.068	.213	.091
	Kualitas Pelayanan	.205	.050	.433	.000

Untuk menentukan nilai t tabel, di gunakan rumus dengan menghitung derajat kebebasan (dk) yaitu  $100-3-1 = 96$ , dengan nilai tingkat signifikan (a) sebesar 0,05 (5%). Dari tabel distribusi t dengan derajat kebebasan 96, di peroleh nilai t tabel sebesar 1,660. Dengan hasil pada tabel tersebut, dapat di putuskan sebagai berikut :

### 1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 2,065 serta nilai signifikan sebesar 0,042. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung  $2,065 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,042 < 0,05$ . Yang berarti H1 di terima, di mana variabel Harga (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

11

### 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 1,706 serta nilai signifikan sebesar 0,091. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung  $1,706 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,091 < 0,05$ . Yang berarti H2 di terima, di mana variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil uji t di dapatkan nilai hitung sebesar 4,141 serta nilai signifikan 0,000. Maka hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung  $4,141 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Yang berarti H3 di terima, di mana variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki pengaruh posifif signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Mie Setan Prigen Pasuruan.

### 3. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	123.099	3	41.033	46.529	.000 <sup>b</sup>
Residual	84.661	96	.882		
Total	207.760	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Hasil analisis dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F sebesar 46.529, dengan nilai probabilitas (sig) sebesar 0,000 > 0,05. Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu, hipotesis dapat di setujui.

### 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.770 <sup>a</sup>	.593	.580	93909

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk

Setelah menganalisis data yang ada dalam tabel di atas, di temukan nilai (R Square) sebanyak 0,593. Hasil temuan tersebut, dapat di putuskan bahwa secara silmutan, variabel Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan berkontribusi sebanyak 59% terhadap Kepuasan Konsumen, sementara 41% sisanya di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Pembahasan dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil dari analisis hipotesis menunjukkan bahwa harga memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kepuasan Konsumen. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh (Pebriantika et al. 2022) menyatakan bahwa dampak harga terhadap kepuasan

konsumen tidak signifikan. Hal ini dikarenakan harapan konsumen terhadap harga belum sepenuhnya terpenuhi, dan salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memenuhi harapan ini, sehingga konsumen dapat menjadi lebih loyal kepada perusahaan.

2. Dampak Kualitas Produk kepada Kepuasan Konsumen. Dari hasil analisis hipotesis yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan (Sholikhah 2023), yang menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini juga sesuai dengan tanggapan responden yang menunjukkan kualitas produk Mie Setan di nilai tinggi, dan ini menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi, sesuai dengan kepuasan terhadap rasa dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan hasil analisis hipotesis yang telah dilakukan<sup>[16]</sup>, disimpulkan bahwa kualitas layanan mempunyai dampak langsung yang positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen. Temuan ini selaras dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Nursakinah et al. 2022), menegaskan kualitas layanan mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Karenanya kualitas layanan yang diberikan oleh Mie Setan telah memenuhi kepuasan konsumen, yang menghasilkan konsumen kembali dan melakukan pembelian secara berulang.

#### IV. Kesimpulan

Dengan hasil penelitian dan pembahasan yang melibatkan analisis terhadap Harga sebagai X1, Kualitas Produk sebagai X2, Kualitas Pelayanan sebagai X3, dan Kepuasan Pelanggan sebagai Y, kesimpulan yang diambil oleh penulis adalah sebagai berikut:

6

1. Harga tidak memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
2. Kualitas Produk memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen.
3. Kualitas Pelayanan memiliki dampak langsung positif dan signifikan kepada kepuasan konsumen

#### Saran

Dari hasil temuan dan simpulan yang sudah dijelaskan oleh penulis, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

Untuk penelitian selanjutnya Untuk Peneliti Berikutnya:

- a. Disarankan untuk memperluas dan memperbanyak sampel penelitian agar dapat meningkatkan akurasi data yang diolah.
- b. Menyelesaikan penelitian untuk memantau dan mengevaluasi perubahan perilaku responden dari satu waktu ke waktu berikutnya.
- c. Diharapkan penelitian ini dapat mempertimbangkan variabel lain yang potensial yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian.

Untuk perusahaan Untuk Perusahaan:

- a. Di harapakan perusahaan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan untuk konsumen.
- b. Perlu adanya inovasi dalam menu agar dapat menjaga Perlu adanya inovasi dalam menu agar dapat menjaga kepuasan konsumen tetap tinggi.

#### **V. Ucapan Terima Kasih**

Puji dan syukur kami tunjukan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Meskipun proses pembuatan tugas akhir ini penuh dengan tantangan dan rintangan, namun berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis berhasil menyelesaikannya.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Rizky Eka Febriansah yang selalu membimbing saya dengan sabar, tidak lupa terima kasih saya ucapkan kepada teman – teman saya dan responden yang telah menyisihkan waktu dan bekerja sama dalam proses penelitian ini, penulis juga ucapkan banyak terima kasih kepada orang tua yang selalu memberikan dukungan dan dorongan dalam perjalanan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bilal Achmad Zaki Ramadhan<sup>1</sup>, Daryanti<sup>2</sup>, Umi Nur Khasanah<sup>4</sup> , Nur Safitri<sup>3</sup>, Missyel Rosdiana Eviyani<sup>5</sup>, and Anggi Ratnawati<sup>6</sup>. 2021. "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Di Mie Gacoan Kartasura." *Of Multidisciplinary Studies* 2(1):19–25. doi: 10.29303/alexandria.v2i1.30.
- Erni Fitriani<sup>1</sup>, Arif Maulana Yusup<sup>2</sup>, Asep Nurhikmat<sup>3</sup>, Irham Risuna<sup>4</sup>. 2022. "DETERMINASI KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DENGAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK : LITERATURE REVIEW." *KarismaPro: Kajian & Riset Manajemen Profesional* 13(2):75–86.
- Firmansyah, Mochammad Ardian, Misti Hariasih, and Lilik Indayani. 2023. "Tony Express ( J & T ) Companies In East Java Region Peran Kualitas Pelayanan , Ketepatan Waktu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Jet & Tony Express ( J & T ) Di Wilayah Jawa Timur." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4(6):9359–72.
- FITRI AMALIA. 2023. *Peran Harga, Kualitas Produk Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Produk Mie Gacoan Di Kota Malang*. Malang City.
- Hafidzi, M. Kamil, Fathia Rizqi, and Ajijah Jumani. 2022. "Literature Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu Multidisiplin* 1(1):203–14.
- I Gede Putu Kenny Alvian. 2020. "PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume 5, Nomor 4, Oktober 2020." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 5(September 2019).
- Ibrahim, Malik, and Sitti Marijam Thawil. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):175–82. doi: 10.36226/jrmb.v4i1.251.
- Jienardy, Christine. 2017. "Gap Analisis Persepsi Dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk Esus." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1(6):703–10.
- Kusumawardani, Berlian Hema, and Andhatu Achsa. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Mie Gacoan Magelang." *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 3(1):148–61. doi: 10.55047/transekonomika.v3i1.358.
- Laili, Ninda P. N., and Anindhyta Budiarti. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Cabang Manyar Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 12(7).
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu." *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(01):1–14.
- Nursakinah, Hichmaed Tacha Hingga, and Intan Diane Binangkit. 2022. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Bangunan Sinar Agung Pekanbaru." *ECOUNTBIS: Economics, Accounting and Business Journal* 2(1):179–89.
- Pebriantika, Dea Tasa, Uju Pitriyani, and Eman Selaeman. 2022. "Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Karawang." *Jurnal Mirai Management* 7(3):4–5. doi: 10.37531/mirai.v7i3.4589.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*. edited by P. D. Sugiyono. BANDUNG: ALFABETA, BENDUNG.
- Raissa Aprita Nur Maharani<sup>1</sup>, Iskandar Ali Alam<sup>2</sup>. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Selama Pandemi Covid-19 Pada Kebab Salahuddin." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya,*

- Teknologi, Dan Pendidikan* 1(4):235–42. doi: 10.54443/sibatik.v1i4.22.
- Rufliansah, Fahmi Firdaus, and Agus Hermani Daryanto Seno. 2020. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Rainbow Creative Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9(4):389–401. doi: 10.14710/jiab.2020.28226.
- Sabda Puta Mediti, Oktavianus Chrisna Murti. 2020. “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 8(4):1290. doi: 10.26740/jim.v8n4.p1290-1300.
- Sholikhah, Alfia Febrियati. 2023. “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR.” *JURNAL ECONOMINA Volume 2:694–708.*
- Soetiyanı, Ari, and Adeliya Indir Maida. 2022. “Pengaruh Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pertumbuhan Usaha Dimoderasi Oleh Kepuasan Pelanggan.” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 7(2):629. doi: 10.33087/jmas.v7i2.503.
- Sudarsono, Agus, Aris Aryanto, and Mada Faisal Akbar. 2022. “Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Volume.” *Niagawan* 11(3):245–55.
- Syafrida Hafni Sahir. 2022. *Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository UMA Pada Tanggal 27 Januari 2022.* edited by M. S. Dr. Ir. TRY Koryati. Meda: KBM INDONESIA.
- Umami, Risatul, As'at Rizal, and Sumartik Sumartik. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe.” *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* 15(2):250. doi: 10.30742/equilibrium.v15i2.630.
- Ursachi, George, Ioana Alexandra Horodnic, and Adriana Zait. 2015. “How Reliable Are Measurement Scales? External Factors with Indirect Influence on Reliability Estimators.” *Procedia Economics and Finance* 20(15):679–86. doi: 10.1016/s2212-5671(15)00123-9.

# proposal artikel pemasaran semhas (Nailahtul Muazaroh\_202010200100) (1).docx

---

## ORIGINALITY REPORT

<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>13%</b>	<b>16%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

- |   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | <b>Submitted to Universitas Putera Batam</b><br>Student Paper | 2% |
| 2 | <b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b><br>Internet Source        | 2% |
| 3 | <b>www.jptam.org</b><br>Internet Source                       | 2% |
| 4 | <b>Submitted to IAIN Salatiga</b><br>Student Paper            | 1% |
| 5 | <b>repositori.umsu.ac.id</b><br>Internet Source               | 1% |
| 6 | <b>doc.majapahit.ac.id</b><br>Internet Source                 | 1% |
| 7 | <b>Submitted to Unika Soegijapranata</b><br>Student Paper     | 1% |
| 8 | <b>lib.unnes.ac.id</b><br>Internet Source                     | 1% |
| 9 | <b>journal.yrpipku.com</b><br>Internet Source                 | 1% |

10	repository.unimus.ac.id Internet Source	1 %
11	123dok.com Internet Source	1 %
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1 %
14	journal.feb.unmul.ac.id Internet Source	1 %
15	media.neliti.com Internet Source	1 %
16	jom.umri.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes      On  
Exclude bibliography    On

Exclude matches      < 1%