

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,  
KUALITAS PENJUALAN DAN KUALITAS HARGA TERHADAP  
KEPUASAN MAHASISWA DALAM PENGELOLAAN KANTIN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
**SAHIDIN SAID**  
**NIM: 2017120152**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG  
2022**

## **RINGKASAN**

Puas atau tidaknya konsumen tergantung pentingnya faktor sesuai jumlah dari persaingan dengan banyaknya dimana UMKM diharuskan memiliki strategi yang terbilang khusus dengan tujuan bersaing dan bertahan dan juga berkembang. Puas atau tidaknya konsumen tergantung pentingnya faktor sesuai jumlah dari persaingan dengan banyaknya dimana UMKM diharuskan memiliki strategi yang terbilang khusus dengan tujuan bersaing dan bertahan dan juga berkembang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas penjualan dan kualitas harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang. Hasil uji f menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas penjualan dan kualitas harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin di Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

**Kata Kunci: Produk, Pelayanan, Penjualan, Harga, Kepuasan Mahasiswa**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Terdapat UMKM di Indonesia terbilang cukup besar bahwa keberadaan UMKM dinyatakan telah menarik pekerja dan telah melakukan kontribusi untuk negara sehingga menjadi salah satu cara mengurangi angka pengangguran. UMKM memiliki peran dalam kegiatan ekonomi negara dimana usaha yang terbilang kecil pada makanan dan juga minuman olahannya. Minuman dan juga makanan sebagai industri yang mempunyai perkembangan yang terbilang cepat di seluruh dunia, termasuk Indonesia terkhususnya Kota Malang. Hingga saat ini pun usaha kecil yang dikembangkan sangat cepat dalam melakukan kerjasama dengan pemerintah yang nantinya dapat dipertahankan harganya dalam sistem pasar dan juga mampu memberikan peningkatan pelanggan dengan jumlah yang terbilang efektif (Prihatminingtyas, 2017; Mukoffi dan Soebagio, 2018).

Secara publik dapat dipercaya dan pada terkhususnya pada bidang dalam usaha mulai dari berusaha pada penyediaan persoalan jasa dan juga barang, dimana pelanggan kepuasannya sebagai patokan dari berhasil atau tidaknya pada usaha mikro kelas menengah. Kegiatan yang dilakukan guna memberikan kepuasan pada konsumen, UMKM dalam peningkatannya mulai dari keuntungan dan juga memperoleh pangsa pada pasar yang memiliki perkembangan dengan luasnya terjadi peningkatan. Puas atau tidaknya konsumen tergantung pentingnya faktor sesuai jumlah dari persaingan dengan banyaknya dimana UMKM diharuskan memiliki strategi yang terbilang khusus dengan tujuan bersaing dan

bertahan dan juga berkembang. Dalam mengetahui dan juga menghadapi terkait yang diinginkan dan nantinya akan menjadi kebutuhan supaya konsumennya merasakan akan kepuasan. Adapun beberapa pengaruh dari faktor konsumen yang merasakan kepuasan yaitu pelayanan yang berkualitas dan produk yang berkualitas serta penjualan yang mempunyai kualitas serta harga yang berkualitas (Susanti, 2016; Kristina, 2020; Prihatminingtyas, 2015).

Kualitas dari yang namanya produk dapat dimaknai sebagai suatu penentu dari faktor puas atau tidaknya konsumen dikarenakan produk yang terbilang baik dapat menciptakan dan melakukan pertahanan serta konsumen dijadikan loyal. Pembelian produk akan dibeli oleh konsumen jika dirasa cocok sehingga kesesuaian produk sangat penting agar sesuai dengan keinginan konsumen dan juga yang telah menjadi kebutuhan konsumen dengan harapan produk menjadi berhasil dalam pemasarannya. Menurut Susanti (2013) pelayanan yang berkualitas dijadikan ukuran terhadap tingkat pemberian pelayanan dan juga upaya akan penyesuaian dengan harapan konsumen. Kualitas dari pelayanan yang telah diberikan telah mempunyai kesesuaian yang direncanakan dan juga sesuai yang akan diinginkan maka konsumen akan merasa kepuasan karena dengan kebalikannya bahwa pelayanan yang berkualitas terbilang jauh akan dari harapan sehingga berdampak ada ketidakpuasan dan akan menjadi kecewa.

Kualitas penjualan dapat dilihat dari kegiatan yang berbentuk dimana adanya peningkatan produk yang dijual, kreativitas yang dibangun dijadikan sarana dan juga inovasi dalam budaya yang menjadi kelemahan dari usaha yang terbilang kecil untuk makanan dan juga minuman. Perkenalan produk mulai dari

minuman dan juga makanan yang bertujuan melakukan peningkatan penjualan atau dengan kata lain omset penjualan agar meraih keuntungan disebut kegiatan promosi (Prihatminingtyas, 2015a).

Kualitas dari harga sebagai hal bauran dalam sistem pemasaran dengan pendapatan yang dihasilkan. Menurut Susanti (2016) perancangan dari produk lalu dilakukan pemasaran dalam hal ini yang melakukan adalah produsen dengan penentuan harga yang terbilang sesuai dengan tujuan meraih pendapatan yang terbilang besar. Disini pelaku usaha harus mempertimbangkan berbagai macam faktornya dengan menentukan kebijakan harga yang ditetapkan dikarenakan terkait harga dengan cara ketidaklangsungan dalam proses komunikasi produk yang terdapat di market.

Mahasiswa dalam lingkungan kampus tidak terlepas fasilitas akan kantin yang terdapat di universitas tribhuwana tunggadewi malang sebagai suatu usaha mikro kelas menengah hingga sekarang berkoordinasi dengan kunjungan pelanggan secara berturut-turut setiap tahunnya. Hasil penelitian Novitawati dkk (2019) dengan hasil penelitiannya yaitu kualitas dari pelayanan secara simultan dan juga terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kantin universitas tribhuwana tunggadewi malang. Melalui penelitian tersebut konsumen yang merasa kepuasan melalui penambahan variabel penelitian sehingga dapat memberikan bentuk rekomendasi institusi terkait, dengan judul pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas penjualan dan kualitas harga terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin universitas tribhuwana tunggadewi malang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalahnya yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?
3. Apakah kualitas penjualan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?
4. Apakah kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?
5. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas penjualan dan kualitas harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yaitu:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
3. Pengaruh kualitas penjualan terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
4. Pengaruh kualitas harga terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

5. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas penjualan dan kualitas harga terhadap kepuasan mahasiswa dalam pengelolaan kantin Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitiannya yaitu :

1. Hasil penelitian yang didapatkan sebagai bentuk pemberian informasi dan juga mengembangkan ilmu pengetahuan yang nantinya dapat dijadikan sebagai landasan dalam mengatasi masalah produk yang dimulai dari kualitas produk dan pelayanan dan juga harga dengan tujuan memberikan rasa akan puas untuk pembeli.
2. Penelitian dengan hasil yang diperoleh dijadikan sumber informasi untuk penelitian berikutnya dan juga sebagai bentuk mengestafetkan ilmu pengetahuan dalam bidang akademik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). Manajemen Pemasaran. In PT. Raja GrafindoPersada.
- Assauri, S., & Assauri, F. (2011). *Strategic management: sustainable competitive advantages*. Penerbit Lembaga Management, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Azazi, L. W., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Konsumen Kedai Pesenkopi Jl. Sunan Kalijaga NO. 8, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.). E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen, 8(17), 119–135. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Buchari, A. (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. In Alfabeta.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2012). Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. In BPFE (1st ed.).
- Ela, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Grab Terhadap Kepuasan Konsumen Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2016). Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi. <https://rinjani.unitri.ac.id/handle/071061/183>
- Haryanto, R. A. (2013). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4), 1465–1473. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2923>
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent : Teori dan Praktik*. Grafindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing management (2nd ed.)*. Erlangga.
- Kristina, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jemblung Coffee Malang. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ketiga)*. In Jakarta: Salemba Empat.
- Mukoffi, A., & Soebagio, A. S. (2018). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Telor Asin Di Kelurahan Mojolangu Kota Malang. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 3(2), 98.
- Noti, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Sumber Daya Manusia Layanan Dan Harga Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kantin Universitas



Tribhuwana Tunggadewi Malang. Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi.

- Prihatminingtyas, B. (2015a). Peningkatan Penjualan Produk UMKM Makanan Minuman, ISSN 2089 - 0532 Vol. 4, No. 2.1 - 6
- Prihatminingtyas, B. (2015b). Meningkatkan Daya Saing Dalam Mendorong Pengembangan Produk Berbasis Kerakyatan Menuju Good Local Industry. Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Terbuka, 1–222.
- Prihatminingtyas, B. (2017a). Analisis Pengelolaan Usaha Kecil Makanan Minuman Di Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, ISSN 2089 - 0532 Vol. 4, No. 2, 10–15.
- Prihatminingtyas, B. (2017b). Etika Bisnis Suatu Pendekatan Dan Aplikasinya Terhadap Stakeholder. CV IRDH. ISBN 976-602-0726-47-2
- Purba, H. H., & Aisyah, S. (2017). Quality improvement and lean six sigma : meningkatlan kualitas produk dan kinerja perusahaan menuju zero defect. Expert.
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *EJurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23511.26-33>
- Ratnasari, R. T., & Akxa, M. H. (2011). Manajemen Penasaran Jasa Teori dan Kasus. In Ghalia Indonesia.
- Rizan, M. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 2(1), 130–150.
- Sari, D. K. S., & Paludi, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Uccello. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sunyoto, D. (2015). Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. In CAPS.
- Susanti, R. A. D. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Ugo Salon n'Spa. Tugas Akhir Jurusan Manajemen-Fakultas Ekonomi UM.
- Susanti, R. A. D. (2016). Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Konsumen Pengguna Jasa Pembiayaan. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 8(2), 90–100. <https://doi.org/10.37477/bip.v8i2.3>
- Suyono, Halim, M. P., Mukhsin, & Akri, P. (2020). Kurs : Jurnal Akuntansi , Kewirausahaan dan Bisnis. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), ISSN 2527-8215.

Tjiptono, F. (2016). Pemasaran jasa. Penerbit ANDI.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality dan Satisfaction. In Andi Offset (4th ed.).

Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). Pemasaran Esensi & Aplikasi. In CV Andi Offset.