

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI *REZZEN CAKE AND BAKERY*
MERJOSARI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



**OLEH :
MARIA ELVINITA SENIA
2020120074**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
MALANG
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI REZZEN CAKE AND BAKERY MERJOSARI
KOTA MALANG**

Maria Elvinita Senia⁽¹⁾
Retno Ayu Dewi Novitawati, SE.,MM⁽²⁾
Muhammad Fauzy Emqi. S.Pd.I.M.Pd.I⁽²⁾

⁽¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang

⁽²⁾Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang

Email: elvinitasenia@gmail.com

RINGKASAN

Penelitian ini mempunyai tujuan guna mengetahui dampak kualitas produk, harga dan promosi pada puasnya pelanggan pada toko Rezzen Cake and Bakery. Jenis penelitiannya deskriptif kuantitatif. Banyaknya sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Instrumennya menggunakan kuesioner. Analisis data memakai analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis memakai uji t dan uji F. Hasil regresi linier sederhana menunjukkan koefisien regresi positif, sedangkan koefisien determinasi (R²) sebesar 0,543 yang berarti ketiga variabel independen mempunyai sumbangan pengaruh terhadap variabel dependen sebesar 54,3%. Rezzen Cake and Bakery Merjosari di Kota Malang mempunyai kualitas produk, harga, dan promosi yang baik baik dengan cara tersendiri ataupun bersamaan berikan dampak yang substansial pada puasnya pelanggan. Hasil uji t memaparkan bahwasanya setiap variabel independensi mempunyai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan signifikansi $t \leq 0,05$, serta hasil uji F diperoleh $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $F \leq 0,05$. Rezzen Cake and Bakery Merjosari Kota Malang dalam meningkatkan kepuasan konsumen dituntut untuk meningkatkan kualitas dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas, memperhatikan penentuan harga dengan memberikan diskon dan program loyalitas, serta melakukan promosi produk-produk kue dan roti yang ditawarkan secara kreatif dan menarik.

Kata Kunci: Harga, Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Promosi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak bisnis, terutama yang berada di industri yang sama, bersaing satu sama lain di dunia bisnis modern. Pada pra-survei yang peneliti lakukan, unsur-unsur yang mempengaruhi pendapatan penjualan antara lain kualitas produk, harga, dan pemasaran. Nilai juga memiliki peran penting dalam menghasilkan pendapatan penjualan karena biaya yang dipungut oleh bisnis mungkin menghasilkan berbagai tingkat suku bunga untuk barang mereka (Emqi, 2020). Akibatnya, bisnis harus menerapkan berbagai taktik dan inovasi guna memikat para pelanggan dan pertahankan pasar mereka saat ini. Bisnis harus mampu menonjolkan fitur atau perbedaan yang membedakan produk mereka dari produk pesaing dan memicu minat pelanggan. Produk yang berkualitas baik akan menarik perhatian pelanggan, apalagi jika harganya lebih mahal dari kepuasan konsumen, karena aset perusahaan tidak hanya bersifat materi (Sollah et al., 2022).

Karena persaingan sengit yang terjadi antara bisnis yang membuat barang serupa, produsen barang tertentu harus mampu menjangkau dan menyenangkan pelanggan dengan berbagai cara untuk memaksimalkan pendapatan dan meningkatkan volume penjualan. Semua atribut produk yang berkontribusi terhadap kapasitasnya untuk memenuhi permintaan secara kolektif disebut sebagai faktor kualitas produk. Karena pentingnya, istilah

“kualitas produk” sering digunakan untuk merujuk pada segala sesuatu yang memenuhi permintaan atau spesifikasi atau memuaskan pelanggan.

Harga merupakan elemen kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga suatu barang atau jasa adalah nilai tukar yang ditunjukkan dalam satuan uang. Dunia bisnis harus selalu mengawasi harga pesaing untuk memastikan bahwa mereka tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Pelanggan biasanya memilih bisnis yang menjual barang mereka dengan biaya yang relatif rendah. Dunia usaha harus menyadari betapa pentingnya menyenangkan pelanggan dengan menawarkan produk berkualitas tinggi dengan biaya yang relatif rendah. Untuk mendapatkan pelanggan setia, hal ini memerlukan pemberian kinerja yang memenuhi atau melampaui harapan mereka. Pelaku usaha harus mampu menetapkan harga yang terjangkau bagi masyarakat dari semua kelompok sosial, mulai dari kelas bawah, menengah, dan atas. (Simamora, R. (2020).

Promosi menjadi elemen berikutnya yang mempengaruhi kebahagiaan pelanggan. Salah satu elemen dari sejumlah inisiatif pemasaran suatu produk adalah promosi. Sebab itulah, aktivitas bauran pemasaran yang mencakup menciptakan produk yang diinginkan pelanggan, menetapkan harga yang kompetitif, menggunakan berbagai metode distribusi, dan meningkatkan penawaran (promosi). untuk meningkatkan keakraban mereka dengan calon konsumen, dapat digunakan untuk memasarkan suatu produk. dan menunjukkan minat pada barang dagangan yang diberikan. (Novitawati, Retno Ayu Dewi, 2019).

Tingkat kepuasan konsumen adalah suatu tingkat dimana keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan terpenuhi sampai pada titik dimana loyalitas atau pembelian kembali terjamin. Pelanggan akan lebih bahagia bila harapannya lebih terwujud. Untuk mempertahankan operasinya atau mengembangkan basis pelanggannya, perusahaan memerlukan rencana untuk memasarkan barang dagangannya. Pelanggan akan membeli kembali produk jika merasa puas. Sebuah bisnis harus mampu menawarkan kualitas produk tingkat tertinggi, harga yang kompetitif, dan promosi yang menarik untuk memuaskan pelanggannya (Setyowati, 2017).

Untuk menarik pelanggan agar membeli suatu produk, organisasi pada umumnya perlu mengetahui apa yang mereka butuhkan dan inginkan dari barang yang mereka produksi. Hal ini termasuk menawarkan produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif dan menjalankan promosi yang efektif. Memahami bagaimana konsumen memilih produk memungkinkan pemasar untuk lebih memahami kebutuhan, keinginan, dan motivasi mereka dalam melakukan pembelian. Hal ini membantu mereka mengidentifikasi peluang pasar yang dapat diatasi oleh produk mereka dan memuaskan preferensi pelanggan, yang pada gilirannya mengarah pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian berikut ini, penulis ingin sekali mempelajarinya lebih lanjut “Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen”.

1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang tersebut di atas, maka penulis bisa merumuskan permasalahan pada riset ini yaitu:

1. Apakah kualitas produk berdampak pada kepuasan pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang ?
2. Apakah Harga berdampak pada harga pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang ?
3. Apakah promosi berdampak pada promosi pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang ?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan promosi berdampak dengan cara bersamaan pada kepuasan pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalahan yang dipaparkan, maka tujuannya ialah :

1. Untuk mengetahui dampak kualitas produk pada puasnya pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang
2. Untuk mengetahui dampak harga pada puasnya pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang
3. Untuk mengetahui dampak promosi pada puasnya pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang
4. Untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan promosi secara bersamaan pada puasnya pelanggan di toko *rezzen cake and bakery* Merjosari Kota Malang

1.4 Manfaat penelitian

Riset berikut dilaksanakan penuh harapan bisa bermanfaat untuk pihak terkait, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Harapannya bisa kembangkan, meluaskan pengetahuan dan eksperimen beserta tingkatkan pola pikir kritis khususnya terkait marketing. Harapan peneliti guna menerapkan ilmu yang sudah didapat selama masa perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Harapannya bisa dijadikan bahan kritik dan saran pada praktik lapangan yang dilakukan instansi khususnya mengenai kualitas produk, harga dan promosi yang ataupun berikan puasanya pada pelanggan serta bisa dijadikan dasar dalam menentukan strategi marketing berikutnya.

c. Bagi Universitas

Temuan riset berikut harapannya bisa memberikan pencerahan, menjadikan sumber (masukan) bagi institusi kampus dalam menilai kurikulum yang ditawarkan, dan menghasilkan literatur baru untuk keperluan memajukan penelitian di masa depan.

d. Bagi Pihak Lain .

Hal ini dimaksudkan agar pembaca bisa memperoleh wawasan dari riset ini dan bisa menjadikan sumber bagi orang lain yang ingin melaksanakan riset terkait di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bailia, J. F., 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Ananditya, A. D., & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Wisata, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(2), 98-106.
- Anggriani, W. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Aneka Keripik Di Kotaraya Kabupaten Parigi Moutong (Doctoral dissertation, IAIN Palu).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(12).
- Bailia, J. F., 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: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Chrisnadiwidanto, M. F. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Konsumen Mie Gacoan Yogyakarta (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Dany Irawan dan Edwin Japarianto, Analisa Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nilai Kepuasan sebagai Variable Intervening Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol 1 No 2.
- Dwika Setiawan. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Motor Matic Yamaha di Kecamatan Kemuning Palembang
- Fure, H. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoko, (2017) e-ISSN 2 80- 4170 SINTA Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE Medan

- Irawan, M. R. N. (2020). Pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada PT. Satria Nusantara Jaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, (2), 140-166
- Komalig, Anastasya L. 2013. Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Debitor Pada PT. Bank Sulut Cabang Calaca Manado. *Jurnal EMBA vol.1 no.4 Desember 2013*.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh kelengkapan produk dan harga terhadap pembelian ulang konsumen (studi kasus Freshmart Bahu Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(003).
- Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Management (1 th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran* Jakart: Erlangga.
- Kurniawan, M., & Hildayanti, S. K. (2019). Analisis citra merek, harga, pelayanan, dan promosi terhadap kepuasan konsumen di kota palembang (studi kasus konsumen grab). *Jurnal Ecoment Global*, 4(2), 86-102.
- Lestari, P. P., & Chaniago, S. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus di Rumah Makan Sambel Layah Wonoyoso Pekalongan).
- Listiawati, L., Afriani, R. I., & Solehan, T. (2017). Pengaruh promosi dan harga terhadap kepuasan Konsumen di pt. Indomaret suralaya, merak-banten. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu*, 10(2).
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Majid, A. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah dalam perspektif ekonomi islam (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Manullang dan Pakpahan 2014 *Metodologi Penelitian Medan: Cita Pustaka Media*
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2016 . Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE vol. 7 no.2 Juli 201*
- Nurrahma, A., Samari, S., & Sardanto, R. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Nagha

Asmara. Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis (Simanis) dan Call for Paper, 2, 1 1-1 9.

Puri, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung.

Radinal, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Padang Embun Pagi (Studi Kasus Mahasiswa Ums) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Retno Ayu Dewi Novitawati, Ari Mahfud, Totok Sasongko (2019) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Sanger Warung Kopi Aceh Kota Malang . Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi

Rusiadi, dkk. 2014. Metode Penelitian. Medan: USU Press.

Sangadji, Dr Etta Mamang, M.Si Dan Dr. Sopiah, M.M., Mpd.(2013). Perilaku Konsumen –Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajeme.3(4).<https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>

Setyo, P. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(6), 7 -764.

Setyowati, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediiasi. Jurnal Manajemen Dayasaing, 18(2), 102-112.

Sholeh, I. I., Achsa, A., & Ikhwan, K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen, 2(3), 478-488.

Simamora, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Unilever Indonesia Tbk (Studi Kasus Pada

Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan) (Doctoral dissertation, Universitas Mikroskil).

Siswati, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di PT Rexvin Putra Mandiri (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).

Sollah, S. A., Puspasari, I. D., & Paramitha, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bunga 3 Putra Baron Nganjuk (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kebijakan. Bandung: Alfabeta.

Tarigan, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coca-Cola Pada Pt. Coca Cola Amatil Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Global Manajemen*, 9(2), 127-143.

Triyadi, A., & Ahidin, U. (2019). Jasmani (2019). *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Organisasi (JUMBO)*.

Venita, D. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dodol Ria Tanjung Pura Langkat.

Wain, A. A. J. (2023). Analisis Faktor Kepuasan Pelanggan Service Mobil Pada Bengkel Daihatsu Cabang Maumere. *Jurnal Medika Nusantara*, 1(4), 384-409.

Warastini, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ud. Media Sarana Gianyar (Doctoral dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).

YOSEF GAWO Mata, B Prihatminingtyas, MF Emqi (2023) Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Pendapatan Penjualan Ayam Potong di Pasar Dinoyo Kota Malang