

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PRODUK DAN  
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KANTIN  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**MANAJEMEN**



**OLEH :**  
**YASINTA LUS**  
**NIM. 2017120187**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
MALANG  
2021**

## **RINGKASAN**

Metode yang diambil oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Dalam menentukan sampel dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode *Accidental Sampling* diperoleh sampel sebesar 70 responden. Peneliti menggunakan berita umum sebagai salah satu teknik pengumpulan data. Adapun metode analisa data yang digunakan oleh peneliti adalah regresi linier berganda yaitu sebuah program aplikasi SPSS 26. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas dari sebuah pelayanan akan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini didukung dengan perhitungan nilai sebesar 5.980, demikian juga dengan harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga diperoleh nilai hitung 6.147. serta produk juga mengalami pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari nilai hitung 6.392. Ada pengaruh lain selain dari itu semua, yaitu tempat atau lokasi yang juga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga didapat nilai hitung sebesar 3.452. Sehingga dapat disimpulkan dari semua perolehan nilai bahwa kualitas pelayanan, harga, produk dan tempat/lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di kantin UNITRI (Universitas Tribhuwana Tungadewi) Kota Malang dengan perolehan nilai hitung 6.570, dan sekitar 64,5 % jika dipersen-kan. Dari nilai tersebut peneliti mencoba memberikan masukan terhadap kemajuan kantin UNITRI, yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga kualitas produk serta menjaga kebersihan.

**kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, Lokasi, Kepuasan,**

**Konsumen**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kualitas dari pelayanan merupakan pengaruh yang besar bagi kepuasan konsumen. Hal itu dikarenakan konsumen merasa apa yang mereka terima sepenuhnya dapat terpenuhi, dampak dari hal tersebut akan banyak konsumen berubah menjadi pelanggan yang loyalitas. Dampak lain dari peristiwa tersebut juga membawa pengaruh yang positif dari perusahaan yaitu perusahaan mendapat benefit (keuntungan) secara finansial. Dan menurut Fandy (2005:157) bahwa pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu ukuran seberapa bagus layanan dari sebuah instansi terhadap konsumen. Sedangkan, menurut Prihatminingtyas B (2017) bentuk dari kualitas pelayanan yang baik adalah dari *attitude* (perilaku) baik itu tingkah laku dan penyampaian bahasa yang baik yang keluar dari mulut seorang pelaku usaha/penjual, dengan begitu konsumen merasa sangat dihargai, hal ini dapat memengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dijual oleh pelaku usaha/penjual. Para karyawan yang bekerja di kantin kampus perlu melakukan identifikasi terhadap yang menjadi kepuasan konsumen. Setelah diidentifikasi lalu temukan solusi untuk hal tersebut. Ketika semua telah dipertimbangkan sekiranya apa yang menjadi solusi dapat dieksekusi. tetapi, untuk pelanggan yang lama sekiranya jangan sampai dilupakan, efek dari kenyamanan yang diberikan oleh pengelola kantin terhadap konsumen dan pelanggan membuat kantin tersebut akan terus hidup di tengah ekonomi yang semakin banyak persaingan. Selain itu juga, kantin tidak perlu harus membuat sebuah iklan penjualan, karena dapat dipastikan bahwa pelanggan dan konsumen yang merasa puas akan layanan kantin tersebut akan mempromosikannya secara langsung.

Ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, selain kualitas pelayanan produk yaitu, menurut Alter (2017)

dalam santoso (2016:96) harga adalah sebuah nilai yang dibayar berdasarkan dengan nilai dari suatu barang atau jasa yang telah di transaksi/digunakan. Terkadang nilai yang murah dari suatu barang atau jasa merupakan asal dari kepuasan yang penting bagi konsumen.

Namun, nilai biasa bukan menjadi suatu elemen yang sulit untuk menjadi pertimbangan primer dalam pembelian suatu produk melainkan adanya kualitas pelayanan menggunakan adanya kualitas pelayanan agar konsumen bisa tetap terpenuhi. Nilai merupakan total biaya yang ditanggung penghasil atas semua barang atau jasa yang ditawarkan pada konsumen sebagai imbalan atas hak untuk menerima keuntungan dari penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa.

Berdasarkan kualitas sebuah produk yang diperlukan oleh konsumen adalah durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk dan aksesoris produk untuk tujuan agar kepuasan konsumen dapat terpenuhi dengan maksimal, hal ini supaya dapat bersaing dengan pasar, perusahaan perlu mengutamakan kualitas atas produk yang dihasilkan. Menurut Assuari (2015:211) kualitas sebuah produk merupakan pernyataan dari tingkat mutu sebuah merek atau produk secara eksklusif dalam melaksanakan kegunaan yang dicita-citakan, relasi dari sebuah produk dengan kepuasan konsumen adalah jika diketahui ada ketidaksesuaian dengan kemauan dari konsumen. Maka, dampak dari itu konsumen merasa kecewa dengan apa yang diberikan karena tidak sesuai dengan kemauannya. Yang terjadi adalah konsumen akan memberikan reaksi kepada penjual agar penjual memberikan produk yang diinginkan konsumen.

Suatu lokasi dianggap strategis apabila berada di pusat Kota, kepadatan populasi dan kemudahan mencapainya. Lokasi adalah suatu tempat yang penting bagi penjual yang dimaksud dengan lokasi adalah dimana perusahaan memperjualbelikan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Heizer dan Render (2015) pendorong dari suatu pendapatan adalah

lokasi/tempat yang strategis. Karena dalam perencanaan perusahaan dalam membangun suatu usaha akan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen apabila sudah melakukan perbandingan antara apa yang telah diterima menggunakan yang telah dibutuhkan. Dalam menilai sebuah keputusan yang dibuat oleh konsumen adalah dengan meningkatkan ekspektasi konsumen, hal itu menjadikan konsumen yang loyal, apabila konsumen mendapatkan sesuatu yang ia inginkan serta sesuai dengan harapannya.

Maka, hal tersebut akan membuat dirinya merasa puas. Menurut Prihatminingtyas B (2019), dalam kegiatan usaha yang dijalankan yang paling utama adalah tentang bagaimana konsumen merasa puas. Kondisi ini tentunya juga berlaku pada Kantin UNITRI ini menyediakan beragam produk kuliner serta minuman dengan harga yang terjangkau sesuai pelayanan dan lokasi yang strategis. Banyak konsumen dalam hal ini para mahasiswa serta karyawan UNITRI untuk datang ke kantin. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti melaksanakan penelitian di kampus UNITRI (Universitas Tribhuwana Tunggaladewi) di Kota Malang mempunyai kualitas pelayanan dan menurut para mahasiswa, karyawan UNITRI sesuai dengan harapan konsumen yang menyediakan kuliner dan minuman yang bervariasi dan memiliki rasa yang nikmat dan harga yang terjangkau dan relatif murah sesuai dengan *budget* (isi dompet), lokasi yang strategis dan terjangkau karena tidak jauh dari rumah peneliti. Oleh karena peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Kota Malang”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana harga pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana kualitas produk pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana lokasi pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
5. Bagaimana kualitas pelayanan, harga, produk serta lokasi pada kantin UNITRI dapat berpengaruh kepuasan konsumen?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana harga pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk mengidentifikasi bagaimana produk pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk mengidentifikasi bagaimana lokasi pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan, harga, produk dan lokasi pada kantin UNITRI dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Peneliti:

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengalaman dari wawasan serta menjadi syarat untuk memenuhi ujian skripsi agar memperoleh gelar sarjana ekonomi bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran. Metode penelitian yang bersamaan menggunakan bidang yang ditempuh yaitu pengaruh kualitas pelayanan, kualitas harga, kualitas produk dan lokasi terhadap konsumen pada kantin UNITRI (Universitas Tribhuwana Tungadewi) di Kota Malang.

2. Untuk Pelaku Usaha Kantin

Sebagai bahan masukan bagi kantin untuk berbagai usahanya supaya bisa lebih berkembang terutama di UNITRI (Universitas Tribhuwana Tungadewi) di Kota Malang.

3. Untuk Universitas

Semoga penelitian ini dapat menjadikan gambaran dan edukasi bagi mahasiswa dalam menyusun dan melakukan penelitian yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Sumber Buku:

- Assauri, S. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Donni Juni Priansa. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan SDM*. Bandung : Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono dan Greforius, Candra. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D.N. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Terjemahan Mangunsong, R.C. Salemba Empat, Buku 2, Edisi 5, Jakarta.
- Heizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta : Edisi kesebelas.Salemba Empat.
- Hurriyanti, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P & Keller, K. 2016. *Marketing Management (15th Ed.)* London: Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung :PT. Remaja Rosdakarya.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grou.
- Rohman, A. 2018. *Kepemimpinan Pelayanan Prima di Pedesaan*. Reformasi, 7 (1).
- Rusydi. 2017. *Customer Excellence*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

- Sudarso, Andriasan. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Edisi kesatu. Deependublish.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.

## **B. Sumber Jurnal:**

- Fandy Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi Keempat. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Nanda Resmi, Tri Wismiarsi. 2015. *Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik, Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 13 No 1. Maret 2015.
- Prihatminingtyas, Budi. 2017. *Meningkatkan Kualitas Makanan Dan Minuman Di Universitas Tribhuwana Tungadewi*. 23-24 November e-ISSN 2613-9804 p-ISSN 2477-3638 Volum 2,1. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/3558>
- Prihatminingtyas, Budi. 2019. *Pengaruh modal, lama usaha, jam kerja dan lokasi usaha terhadap pendapatan pedagang di pasar*. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*. Vol. 7, No. 2. ISSN 2548-6152 (online). ISSN 2089-0532 (cetak)
- Santoso, I. 2016. *Peran Kualitas Produk dan Layanan, Harga dan Atmosfer Rumah Makan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Manajemen Teknologi* 15 (1): 96-99.
- Syaifur Rohman. 2017. *Membangun Budaya Membaca pada Anak Melalui Program Gerakan Literasi Sekolah*. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Dasar*.