

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 pada tahun 2020 mengakibatkan keterpurukan ekonomi dan juga terjadi krisis ekonomi global, dimana kegiatan logistik, perdagangan serta pariwisata memperoleh dampaknya.<sup>1</sup> Larangan pemerintah untuk melakukan perjalanan luar negeri dan penutupan sektor pariwisata mengakibatkan berkurangnya wisatawan dari luar negeri. Pada kegiatan ekspor impor, produksi menjadi turun, barang menjadi langka sehingga harga barang mengalami peningkatan dan menimbulkan inflasi. Selain itu penghasilan masyarakat juga mengalami penurunan, akibat banyaknya pemutusan hubungan kerja (PHK) dari perusahaan. Pada tahun 2021 banyak masyarakat mulai bangkit dari keterpurukan akibat pandemi Covid-19. Masyarakat kembali memperbaiki perekonomiannya, salah satunya bisnis dibidang minuman.

Minuman yang digemari masyarakat salah satunya adalah teh. Teh menjadi minuman yang sangat populer di masyarakat Indonesia, umumnya teh disajikan hangat maupun dingin, manis maupun tawar. Konsumsi teh dalam negeri menjadi cukup tinggi, baik dalam varian teh celup, bubuk, maupun kemasam. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, rata-rata konsumsi teh celup per kapita dalam seminggu sebesar 2,79 gram pada September 2021. Jumlah ini mengalami kenaikan 0,72% dibandingkan bulan Maret 2021 yaitu sebesar 2,77 gram. Konsumsi teh bubuk per kapita di Indonesia sebesar 0,041 ons dalam seminggu pada September 2021. Jumlah ini mengalami penurunan 0,04% dibandingkan pada Maret 2021 sebesar 0,043 ons. Sedangkan, pada tingkat konsumsi teh kemasan mencapai 51,5 ml pada September 2021. Jumlah ini mengalami kenaikan 0,08% dibandingkan pada Maret 2021 sebesar 47,75 ml. Dan pada produksi teh di Indonesia mencapai

---

<sup>1</sup> Syahriah Semaun. *Dampak Pandemic Covid-19: Stimulus Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, 2020, <https://www.iainpare.ac.id/dampak-pandemi-covid-19-stimulus-di-tengah-krisis-ekonomi-global/>. Diakses Pada 3 November 2022, 09.40.

145,1 ribu ton pada tahun 2021. Nilai ini mengalami kenaikan 13,45% dari tahun sebelumnya sebesar 127,9 ribu ton.<sup>2</sup>

Teh mempunyai manfaat yang luar biasa, antara lain sebagai antioksidan, menghaluskan kulit, melangsingkan tubuh, memperbaiki sel-sel yang rusak, mencegah kanker, mengurangi kolesterol dalam darah, mencegah penyakit jantung dan melancarkan sirkulasi darah. Maka, tidak heran jika teh disebut-sebut minuman kaya akan manfaat.<sup>3</sup> Persepsi minum teh juga dapat diperiksa dari perspektif yang berbeda-beda bukan hanya tindakan sederhana karena minum teh, oleh setiap kelompok atau tradisi memiliki imaji tentangnya, misalnya:<sup>4</sup> minum teh dipersepsi sebagai sarana menjaga kesehatan yang baik dengan cara yang satu mungkin mengambil vitamin harian, minum teh dipersepsi sebagai bagian tradisi atau ritual banyak orang memilih untuk minum teh sebagai ritual pada waktu tertentu, minum teh dipersepsi sebagai kegiatan sosial seperti “pertemuan untuk minum teh”.

Bisnis minuman teh yang sangat diminati masyarakat ini sudah mempunyai tempat sendiri, seperti outlet di setiap pinggir jalan. Semakin banyaknya bisnis minuman teh yang berkembang, maka dapat memberikan keuntungan bagi konsumen karena banyaknya pilihan tempat, namun selain itu juga menimbulkan ancaman dan tantangan bagi pebisnis minuman teh. Sehingga menciptakan persaingan antara para pebisnis untuk mendapatkan banyak perhatian dari konsumen. Memuaskan konsumen merupakan keinginan perusahaan, selain faktor penting sebagai kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.<sup>5</sup>

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang

---

<sup>2</sup>Shilvina Widi, *Berapa Konsumsi The per Kapita di Indonesia?*, 2022, <https://dataindonesia.id/agribisnis-kehutanan/detail/berapa-konsumsi-teh-per-kapita-di-indonesia> Diakses pada 8 November 2022, 09.55.

<sup>3</sup>Rosita, *Kumpulan Tips Mudah Untuk Wanita & Ibu Rumah Tangga*, (Yogyakarta: Familia, 2014). 40.

<sup>4</sup>Alizamar, Nasbahry Couto, *Psikologi Persepsi & Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi Dan Prinsip Kognitif Untuk Kependidikan Dan Desain Komunikasi*, (Yogyakarta: Media Akademi, 2016). 113.

<sup>5</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019). 83.

muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang diterima terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>6</sup> Faktor yang mempengaruhi harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian, pengalaman masa lalu saat mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.<sup>7</sup>

Kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam dikenal dengan qana'ah yang merupakan indikator kepuasan yang tidak hanya terbatas kepuasan secara lahiriyah atau material akan tetapi juga kepuasan batiniyah atau nonmaterial.<sup>8</sup> Hal tersebut yang kemudian mendorong seseorang muslim melakukan konsumsi dengan adil dan melahirkan rasa syukur karena hal tersebut berkaitan dengan keimanan kepada Allah SWT. Konsumen memiliki beberapa hal dalam mendapatkan kepuasan yaitu dari aspek karakteristik produk yang jelas kehalalannya, tidak berlebihan, dan tidak mengandung unsur-unsur riba.<sup>9</sup> Dalam konsep Islam yang membentuk pola konsumsi seorang muslim adalah kebutuhannya.<sup>10</sup> Hal ini menjadikan perilaku konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsi. Sebagai seorang muslim, kepuasan konsumen tidak hanya didasarkan pada kuantitas barang yang dikonsumsi, tetapi juga didasarkan pada kuantitas nilai ibadah yang didapat dari mengkonsumsi barang tersebut, artinya konsumsi dengan fokus pada pahala dan syukur akan mengarahkan konsumsi seseorang menjadi aktifitas yang bernilai ibadah. Konsumen merasakan adanya manfaat apabila mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau material. Dan ketika seseorang menginginkan keberkahan, maka seorang muslim harus bekerja dengan cara yang halal dan sah, sebelum

---

<sup>6</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller; Dikutip Dalam Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019). 82.

<sup>7</sup> Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen.*, 82.

<sup>8</sup> Wida Ramdania, *Etika Bisnis Islam Pada Perilaku Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen*. Asy-Syari'ah Vol. 22 No.1, P-Issn. 2086-9029 (2020). 287.

<sup>9</sup> Ibid., 287

<sup>10</sup> Eko Sudarmanto. Dkk, *Ekonomi Makro Islam*, (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022). 45.

membelanjakan hartanya untuk mengkonsumsi produk yang halal juga.<sup>11</sup> Islam mengajarkan agar kita mengkonsumsi produk yang halal dan berkualitas, sebagai firman Allah SWT (QS. Al-Baqarah: 168):

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.<sup>12</sup>

Manusia sebagai makhluk dinamis, selalu mengalami perkembangan seiring dengan perjalanan waktu. Terlebih di era globalisasi dengan berbagai produknya yang berimplikasi pada penemuan berbagai perangkat informasi, salah satunya bisnis minuman dengan sistem waralaba (*franchise*). Berdasarkan hasil observasi, penelitian memilih di Jl. PB Sudirman, Pare karena sudah ada 5 outlet minuman teh, yaitu Teh Poci Mbak Milla, Teh Nusantara, Teh Brontoseno, Es Teh Jumbo dan Boom Tea. Selain itu kelima outlet tersebut selain tempat yang berdekatan juga sudah menempati lokasi yang tetap. Berikut adalah datanya:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Outlet Minuman Teh di Jl. PB. Sudirman, Pare, Kediri.**

No.	Daftar Nama Outlet Minuman Teh	Tahun Berdiri
1.	Teh Poci Mbak Milla	2019
2.	Teh Nusantara	2020
3.	Teh Brontoseno	2020
4.	Es Teh Jumbo	2021
5.	Boom Tea	2021

Sumber: Data hasil survei peneliti, November 2022.

Dari tabel diatas menunjukkan ada 5 outlet minuman teh dengan nama pruduk yang berbeda, hal tersebut menjadi dasar dalam menarik perhatian konsumen untuk membeli produk yang dijual. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk melakukan pilihan produk yang sesuai dengan ekspetasinya. Konsumen akan memilih produk yang lebih sesuai dengan kebutuhannya, maka sebelum mengeluarkan suatu produk pengusaha harus mampu mengetahui apa yang disukai dan diinginkan oleh konsumen. Maka dilihat dari tahun berdiri, peneliti memilih

<sup>11</sup> Ibid., 49

<sup>12</sup> Iman Ghazali Masykur, Agus Hidayatullah, dkk. *Al Munawwar Al-Qur'an Tajwid Warna Transliterasi Per Ayat Terjemah Per Ayat*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2015. 25.

Teh Poci Mbak Milla yang sudah berdiri sejak tahun 2019, dimana konsumen yang memiliki rasa loyalitas lebih banyak dibandingkan outlet lain, terlebih lagi outlet Teh Poci Mbak Milla tidak hanya menjual produk minuman saja tetapi juga makanan. Karena berdiri lebih dulu, Teh Poci Mbak Milla memiliki keunikan diantara outlet lainnya, yaitu setiap pembelian lebih dari 20 cup akan mendapat potongan harga. Selain itu jika ada *event-event* Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla juga mengikutinya atau seringkali mendapat undangan untuk turut serta dalam acara-acara penting. Berikut adalah tabel perbandingan outlet minuman teh di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri:

**Tabel 1.2**  
**Perbandingan Outlet Minuman Teh di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri**

No.	Keterangan	Teh Poci Mbak Milla	Teh Nusantara	Teh Brontoseno
1	Varian Produk	20 varian rasa	16 varian rasa	9 varian rasa
2	<i>Price</i> (Harga)	Rp 2.500 (cup kecil original) Rp 4.000 (cup besar original) Rp 6.000 - Rp 8.000 (cup besar varian rasa)	Rp 3.000 (cup besar original) Rp 5.000 - Rp 7.000 (cup besar varian rasa)	Rp 3.000 (cup besar original) Rp 5.000 Rp (cup besar varian rasa)
3	<i>Place</i> (Tempat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat meja dan kursi sehingga konsumen bisa minum ditempat</li> <li>• Terdapat tempat parkir yang luas</li> <li>• Terdapat wastefel untuk cuci tangan</li> <li>• Dekat fasilitas umum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat meja dan kursi sehingga konsumen bisa minum ditempat</li> <li>• Dekat fasilitas umum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat kursi sehingga konsumen bisa minum ditempat</li> </ul>
4	<i>Promotion</i> (Promosi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banner</li> <li>• Media social (<i>grab food, wats up, IG, Facebook</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banner</li> </ul>

Sumber: Data hasil observasi peneliti, November 2022.

Dari data hasil observasi di atas menunjukkan bahwa outlet Teh Poci Mbak Milla disetiap penjualan terdapat varian rasa original dan rasa

diantaranya seperti mangga, lemon, leci, anggur, durian, apel, *milktea*, *thaitea*, coklat, taro, *bubelgum*, melon, jambu, *strawbery*, *blackcurrant*, *special tea*, dan *signature tea*. Menyediakan 2 versi cup diantaranya ada cup kecil dan cup jumbo. Cup kecil untuk original dihargai 2500/porsi kecil, sedangkan versi jumbo dihargai 4000/porsi jumbo untuk original dan 5000-8000/porsi jumbo untuk varian rasa. Konsumen selain bisa membeli produk secara langsung juga bisa memesan secara online melalui aplikasi *grabfood*. Menerima DO (*delivery order*) dan COD (*cash on delivery*) bebas ongkir.

Selain outlet Teh Poci Mbak Milla juga ada outlet minuman teh lain yaitu Teh Nusantara dan Teh Brontoseno. Outlet tersebut merupakan pesaing bagi Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla, karena lokasi yang berdekatan. Dalam penjualan sehari di antara 3 outlet tersebut, Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla menjual produk paling banyak yaitu  $\pm 50$  per cup besar Rasa Lemon. Pada Teh Nusantara menjual  $\pm 30$  per cup besar Rasa Lemon dalam sehari, sedangkan Teh Brontoseno menjual  $\pm 20$  per cup besar Rasa Lemon dalam sehari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Teh Poci Mbak Milla tentang kualitas produk, sudah berusaha mempertahankan kualitasnya, namun terkadang ada karyawan yang tidak patuh dengan ketentuan yang telah dibuat, sehingga hal tersebut membuat kepuasan konsumen berkurang.

Teh Poci Mbak Milla merupakan UKM (Usaha Kecil Menengah) yang berbasis bisnis *franchise* atau waralaba, yang dimaksud dari bisnis *fanchise* adalah dimana ada seorang mitra yang memulai bisnis dari nama, merk dagang hingga produk dan bahan dari bisnis yang sudah ada.<sup>13</sup> Teh Poci adalah produk dari PT. POCI KREASI MANDIRI, yang merupakan salah satu anak perusahaan PT. Anggada Putra Rekso Mulia. PT. Poci Kreasi Mandiri merupakan salah satu perusahaan yang fokus untuk mengelola dan menjalankan usaha kemitraan *franchise* dengan merek es Teh Poci yang dimana bahan baku tehnya berasal dari teh merek Teh Cap Poci.<sup>14</sup> Berikut

---

<sup>13</sup> Ferrentino Sutjiadi, Siti Aminah. *Sistem Informasi Optimasi Produksi Dengan Metode Simplex Guna Penentuan Laba Maksimun*. Malang: Sekolah Tinggi Informatika Dan Komputer Indonesia Malang. J-Intech, Vol. 08 No. 02, Issn: 2303-1425 (2020).

<sup>14</sup> Ibid.,

data hasil observasi yang dilakukan peneliti untuk mengetahui jumlah konsumen Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. Pb. Sudirman Pare, Kediri.

**Tabel 1.3**  
**Data Pembelian Konsumen Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri.**

<b>Jumlah pembelian</b>	<b>Jumlah Konsumen</b>
1 kali	14
Lebih dari 2 kali	61
Total	75

Sumber: Data diolah peneliti.

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui dari 75 responden, terdapat 61 konsumen yang sudah pernah membeli produk dari Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla lebih dari 2 kali. Itu artinya konsumen merasa puas dengan produk Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla, karena konsumen yang puas terhadap produk cenderung akan melakukan pembelian kembali dikemudian hari. Berikut adalah data faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana menurut Handi Irawan ada lima yaitu kualitas produk, kualitas, harga, emosional, dan biaya.<sup>15</sup>

**Tabel 1.4**  
**Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

<b>Faktor Kepuasan Konsumen</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Kualitas Produk	32
Kualitas Pelayanan	2
Harga	1
Emosional	0
Biaya	0
Jumlah	35

Sumber: Data diolah peneliti.

Berdasarkan data diatas mengambil keterwakilan 35 responden yang akan digunakan untuk dugaan sementara kira-kira dari teori yang ada variabel manakah yang kemungkinan paling dominan ada pada kepuasan konsumen, dan akhirnya ditemukan kesimpulan bahwa kualitas produk menjadi faktor yang paling banyak mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu sebanyak 32 responden, kualitas pelayanan terdapat 2 responden, dan harga 1 orang. Kualitas produk menjadi keunggulan suatu produk yang memiliki fungsi

<sup>15</sup> Kartika Yuliantari, Nurvi Oktiani, Kus Daru Widayati. *Manajemen Pemasaran*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2020). 105.

untuk memenuhi harapan konsumen. Jika produk baik maka dapat dikatakan bahwa kualitas produk juga baik.

Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla dalam mempertahankan kualitas produknya adalah dengan memproduksi teh menggunakan bahan baku asli dari PT. Poci Kreasi Mandiri, tanpa bahan campuran berbahaya lainnya. Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla selalu mempertahankan kesegaran, dan keaslian tanpa mengurangi kualitas produk dari teh poci itu sendiri. Sebagai jenis bisnis minuman selama ini selalu berupaya menyediakan varian menu yang bisa diterima baik dari segi rasa, jenis, penampilan maupun harga yang sesuai dengan karakteristik konsumen.

Untuk memahami seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap produk bisnis yang sedang dijalankan, maka perusahaan perlu melakukan riset yang dapat mengungkapkan apakah konsumen sudah puas atau belum terhadap produk yang diberikan. Serta sudah sesuai dengan harapan konsumen atau belum. Tingkat kepuasan setiap konsumen berbeda, tergantung pada penilaian, persepsi dan tanggapan masing-masing atas produk yang dikonsumsi.

Berdasarkan uraian data yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk di lokasi penelitian yang telah ditentukan. Dengan demikian, peneliti mengadakan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk di Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri ?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman, Pare, Kediri ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. Pb. Sudirman Pare, Kediri ?



### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kualitas produk di Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman Pare, Kediri.
2. Mengetahui kepuasan konsumen pada Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. PB. Sudirman, Pare, Kediri.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. Pb. Sudirman Pare, Kediri.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan pada kepuasan konsumen terhadap kualitas produk.

#### 2. Praktis

##### a. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada peneliti tentang faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. Dan mampu merealisasikan ilmu-ilmu yang telah didapat saat kuliah pada kehidupan sehari-hari.

##### b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur mahasiswa dalam menguasai materi yang telah didapatkan serta untuk menambah koleksi kepustakaan IAIN Kediri.

##### c. Bagi pemilik outlet Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat bagi pemilik outlet, dalam mengaplikasikan faktor-faktor kepuasan konsumen. Dan apabila pemilik sudah mengaplikasikannya, maka bisa meningkatkan lagi implementasi kepuasan konsumen terhadap kualitas produk.

d. Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengkonsumsi suatu produk, supaya terhindar dari bahaya yang mungkin ditimbulkan produk tersebut.

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu pernyataan atau dugaan terkait keadaan populasi yang bersifat masih sementara atau masih lemah kebenarannya. Karena masih dugaan sementara, maka diperlukan pembuktian terhadap kebenaran tersebut. Hasil pengujian hipotesis akan memberikan dua kemungkinan yaitu menerima atau menolak hipotesis.<sup>16</sup> Hipotesis dalam dari penelitian ini adalah:

1. Hipotesis alternative ( $H_a$ ) : terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. Pb. Sudirman Pare, Kediri.
2. Hipotesis nol ( $H_0$ ) : tidak ada pengaruh antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen Teh Poci Rasa Lemon Mbak Milla di Jl. Pb. Sudirman Pare, Kediri.

### F. Telaah Pustaka

Berikut adalah Telaah Pustaka yang digunakan oleh peneliti:

1. Penelitian oleh Erviani Damayanti dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Bey Kota Kediri*”. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* dan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di toko Bey, sedangkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) yang diperoleh sebesar 206.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup>Setyo Tri Wahyudi, *Statistika Ekonomi Konsep, Teori Dan Penerapan*, (Malang: Ub Press, 2017), 174.

<sup>17</sup>Erviani Damayanti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Bey Kota Kediri”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri, 2022.

Persamaan dari penelitian penulis adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan dari penelitian penulis terletak pada metode analisisnya, pada penelitian ini digunakan metode analisis regresi sederhana, namun pada penelitian penulis digunakan metode analisis regresi berganda. Objek dan lokasi penelitian juga berbeda.

2. Penelitian oleh Mei Ferra Fadillah dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Griller (Studi Kasus pada Konsumen PRIMA Freshmart Pondok Jati, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo)*”.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling*, dengan menggunakan rumus *slovin*. Hasil dari penelitian ini adalah perhitungan uji korelasi menunjukkan nilai  $r$  sebesar 0,825 yang memiliki arti berkorelasi sangat kuat, sedangkan uji koefisien determinasi nilai  $R^2$  sebesar 0,681 yang berarti kualitas produk (X) mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).<sup>18</sup> Persamaan dengan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen. Perbedaan dari penelitian penulis terletak pada metode analisisnya, pada penelitian ini digunakan metode analisis regresi sederhana, namun pada penelitian penulis digunakan metode analisis regresi berganda. Objek dan lokasi penelitian juga berbeda.

3. Penelitian oleh Yayuk Anjarsari dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty (Studi Kasus pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)*”.

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan populasi 480 orang, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan analisis korelasi. Hasil penelitian ini adalah nilai koefisien determinasi sebesar 0,537 yang berarti, terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap

---

<sup>18</sup>Mei Ferra Fadillah. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Ayam Griller (Studi Kasus Pada Konsumen Prima Freshmart Pondok Jati, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo)”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri, 2021.

kepuasan konsumen sebesar 53,7 %.<sup>19</sup> Persamaan dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang kualitas produk dan kepuasan konsumen, serta menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya, penelitian penulis terfokus pada pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dan terletak pada metode analisisnya, pada penelitian ini digunakan metode analisis regresi sederhana, namun pada penelitian penulis digunakan metode analisis regresi berganda. Objek dan lokasi penelitian juga berbeda.

4. Penelitian oleh Misbahul Rahmat dengan judul “*Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Ayam Geprek D’ja Lampriet*”.

Penelitian ini berfokus pada kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dalam bentuk ekplanasi. Pengambilan sampel dilakukan secara *simple random sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ada 3 variabel jaminan, variabel empati, sedangkan yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu variabel bukti fisik, variabel daya tanggap dan variabel kehandalan.<sup>20</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, dan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dari penelitian penulis adalah penelitian ini berbentuk ekplanasi sedangkan penelitian penulis berbentuk deskriptif. Serta berbeda pada objek dan lokasi penelitian.

---

<sup>19</sup>Yayuk Anjarsari. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty (Studi Kasus Pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Kediri, 2021.

<sup>20</sup>Misbahul Rahmat. “Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Ayam Geprek D’ja Lampriet”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh 2021.

5. Penelitian oleh Ma'rifa Analisis dengan judul “*Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Transportasi (Studi Kasus Bus Surya Kencana Jurusan Mataram-Bima)*”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verikatif. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa indikator dari kualitas jasa berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan atau penumpang pada Bus Surya Kencana Jurusan Mataram-Bima<sup>21</sup> Persamaan dengan penelitian ini adalah membahas tentang kepuasan konsumen, dan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dari penelitian penulis adalah penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan saja sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas produk dan pelayanan. Serta berbeda pada objek dan lokasi penelitian.

---

<sup>21</sup>Ma'rifa. “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Transportasi (Studi Kasus Bus Surya Kencana Jurusan Mataram-Bima)”. Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram 2019.