

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini, pola konsumsi pangan masyarakat Indonesia semakin mengalami perkembangan. Hal ini disebabkan salah satunya kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi. Seiring dengan berjalannya waktu dan berubahnya gaya hidup masyarakat yang serba instan, hal tersebut mendorong industri-industri yang bergerak dibidang makanan menciptakan makanan cepat saji. Masyarakat lebih menggemari makanan cepat saji atau instan karena lebih praktis dan menghemat waktu. Roti merupakan salah satu makanan pelengkap, bahkan bagi sebagian orang roti dianggap sebagai makanan pengganti nasi selain mie instan. Mie instan masih harus dimasak terlebih dahulu meskipun memerlukan waktu yang relatif lebih singkat untuk disajikan. Berbeda dengan roti, yang bisa langsung disajikan agar orang dengan sedikit waktu tidak perlu berlama-lama untuk menunggu ketika akan sarapan, makan siang ataupun makan malam.

Awalnya roti merupakan makanan orang belanda pada zaman penjajahan, namun kini sudah mampu menjadi makanan pokok kedua karena karakteristiknya hamper sama dengan nasi. Pertama, roti mengandung karbohidrat yang tinggi. Oleh karena itu, orang akan memperoleh kalori sebagai sumber energi yang cukup dengan mengkonsumsi roti. Kedua, roti bergizi tinggi. Kandungan gizi dalam roti melengkapi kebutuhan nutrisi orang yang mengkonsumsinya. Kandungan gizi produk olahan tepung tersebut lebih

unggul dibandingkan dengan nasi dan mie. Berikutnya, roti dapat disajikan dengan beragam rasa dan penyajian, hal ini karena teknologi pembuatan roti pada saat ini memungkinkan penambahan rasa dan penyajian yang beragam sehingga roti dapat dinikmati oleh masyarakat yang memiliki beragam selera pula. Selain memiliki karakteristik sebagai makanan pokok, roti juga bersifat lebih praktis untuk dikonsumsi dibandingkan bahan makanan lain. Sifat tersebut mengarahkan roti untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup masyarakat yang semakin modern.¹

Menghadapi persaingan pasar menuntut setiap perusahaan berorientasi pada pemasaran produk, menyiapkan berbagai strategi pemasaran yang handal dan selalu menyesuaikan dengan kebutuhan dan permintaan konsumen agar dapat memenangkan persaingan. Dengan memberikan kepuasan bagi pelanggannya maka perusahaan akan dapat merebut perhatian pasar dan juga memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan perusahaan, dan terciptanya loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, sebab apabila perusahaan memiliki pelanggan yang puas, maka hal itu dapat menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat

¹ Joko M, 2011, *Tren Konsumsi Roti Sebagai Makanan Pokok Masyarakat Indonesia*, <http://dninibakery.webs.com/apps/blog/show/5980696-tren-konsumsi-roti-sebagai-makanan-pokokmasyarakat-indonesia>, diakses tanggal 25 Juli 2019 pukul 15.00.

menimbulkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.² Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena untuk menarik pelanggan baru membutuhkan biaya yang besar dibandingkan mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.

Salah satu bidang usaha yang berkembang pesat saat ini adalah *retail*. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya usaha retail di Indonesia karena banyaknya permintaan masyarakat dan gaya hidup masyarakat yang semakin modern, yang lebih menyenangkan suasana kenyamanan berbelanja, kemudahan dalam menemukan produk, kepraktisan dengan harga terjangkau.

Menurut Levy dan Weitz, *retailing* adalah suatu rangkaian aktivitas bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk dikonsumsi pribadi atau rumah tangga.³ Jadi konsumen yang menjadi sasaran dari *retailing* adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

Tujuan dari perusahaan *retail* adalah memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kegiatan pemasaran yang mereka miliki sehingga terwujud laba yang maksimal bagi perusahaan. Minimarket merupakan bentuk perdagangan eceran yang menggunakan sistem melayani sendiri dengan

² Rambat Lupiyoadi dan A Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 192.

³ Levy dan Weitz, *Retailing Management, 4th edition*, (New York: Mc. GrawHill, Irwin, 2001), 8.

harga yang telah tercantum dan barang yang disediakan adalah barang-barang yang cukup lengkap dari barang-barang kebutuhan sehari-hari sampai barang-barang khusus.

Salah satu contoh dari perusahaan retail adalah Indomaret, merupakan minimarket yang bergerak dalam bidang perdagangan barang eceran yang terdapat hampir di seluruh kota yang ada di Indonesia. Tujuan awal dibentuknya minimarket ini adalah untuk menarik perhatian konsumen dengan konsep penyelenggaraan gerai yang berlokasi di dekat hunian penduduk. Berdasarkan konsep tersebut diharapkan konsumen-konsumen yang pada awalnya membeli di swalayan yang jaraknya jauh dari pemukiman kemudian akan beralih ke minimarket terdekat khususnya Indomaret RA. Kartini. Keputusan membeli di minimarket yang dekat dengan hunian akan membuat waktu berbelanja lebih efisien karena tidak perlu menambah biaya untuk menempuh perjalanan yang jauh.

Indomaret RA. Kartini berdiri tahun 2014, merupakan salah satu indomaret yang berada di kecamatan Tanjunganom kabupaten Nganjuk. Peneliti memilih Indomaret RA. Kartini karena dari lima gerai Indomaret yang ada di kecamatan Tanjunganom hanya di Indomaret RA. Kartini yang mempunyai grup WhatsApp yang dikhususkan untuk para konsumennya. Di dalam grup WhatsApp tersebut memberikan informasi mengenai promo-promo yang sedang berlaku di Indomaret RA. Kartini, hal ini pun sangat bermanfaat bagi para konsumennya. Grup WhatsApp tersebut memiliki anggota sebanyak 83 konsumen yang sudah berlangganan di Indomaret RA.

Kartini Tanjunganom. Adanya grup WhatsApp ini tentu menjadi ciri khas tersendiri bagi Indomaret RA. Kartini Tanjunganom untuk menarik minat beli para konsumennya dan juga peneliti dapat dengan mudah mendapatkan data yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini. Tidak hanya itu Indomaret RA. Kartini Tanjunganom merupakan satu-satunya minimarket yang berada dikawasan padat penduduk jalan RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

Berikut ini adalah daftar Indomaret di kecamatan Tanjunganom kabupaten Nganjuk sebagai pembanding Indomaret RA. Kartini Tanjunganom yaitu pertama, Indomaret A. yani yang beralamat di Ds. Pelem Kel. Warujayeng Kec. Tanjunganom kab. Nganjuk, kedua, Indomaret Tanjunganom yang beralamat di Dsn. Jetis Kel. Warujayeng Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk, ketiga, Indomaret Warujayeng yang beralamat di jalan A. yani No. 109 Kel. Warujayeng Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk, dan keempat, Indomaret Raya Barong yang beralamat di Dsn. Glotan Ds. Kedungrejo Kec. Tanjunganom Kab. Nganjuk.

Berdasarkan data penjualan yang didapat dari Indomaret RA. Tanjunganom, produk yang paling tinggi penjualannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1

Data penjualan di Indomaret RA. Kartini bulan Mei, Juni, Juli

Jenis Produk	Total penjualan tiap bulan (dalam bungkus)		
	Mei	Juni	Juli
Roti	>900	>900	>1000
Air mineral	>800	>900	>900
Susu	>700	>600	>600
Minyak goreng	>700	>700	>700
Sabun	>500	>500	>500

Sumber: Data Indomaret RA. Kartini Tanjunganom(2019)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa roti menjadi produk dengan penjualan tertinggi di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom jika dibandingkan dengan jenis produk lainnya seperti air kemasan, susu, minyak goreng, dan sabun. Produk roti tetap menjadi produk dengan penjualan paling laris.

Hal ini pun sesuai dengan hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti kepada pelanggan Indomaret RA. Kartini Tanjunganom yang tergabung di dalam grup WhatsApp mengenai produk di Indomaret yang paling sering dibeli, seperti pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Data Pelanggan Indomaret RA. Kartini Tanjunganom

Jenis produk	Total pelanggan
Roti	56
Minyak goreng	12
Sabun	8
Susu	5
Air	2
Jumlah	83

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Dari tabel 1.2 dapat diketahui bahwa dari total 83 pelanggan yang tergabung dalam grup WhatsApp, produk roti menjadi produk yang paling

sering dibeli yaitu sebanyak 56 pelanggan. Sedangkan minyak goreng sebanyak 12 pelanggan, sabun sebanyak 8 pelanggan, susu sebanyak 5 pelanggan dan air sebanyak 2 pelanggan.

Roti di Indomaret sendiri tersedia dari dua jenis roti yaitu jenis roti basah dan roti kering. Untuk jenis roti basah seperti pada merk Sari Roti dan Mr. bread, sedangkan untuk jenis roti kering seperti wafer, biscuit, oreo, malkis, dan lain-lain. Berikut untuk paparan data pelanggan mengenai jenis roti di Indomaret:

Tabel 1.3

Data Pelanggan Jenis Roti

Jenis roti	Total pelanggan
Roti basah	52
Roti kering	4
Total	56

Sumber: data diolah peneliti (2019)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa jenis roti basah menjadi roti yang sering di beli daripada jenis roti yang kering. Total pelanggan untuk jenis roti basah adalah sejumlah 52 pelanggan sedangkan untuk roti kering sejumlah 4 pelanggan dari total 56 pelanggan roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom.

Untuk jenis roti basah sendiri, di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom terbagi lagi menjadi dua merk yaitu merk Sari Roti dan merk Mr. bread. Berikut datanya:

Tabel 1.4

Data Pelanggan Merk Roti

Merk roti basah	Total pelanggan
Sari Roti	45
Mr. Bread	7
Total	52

Sumber: data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa roti merk Sari Roti berada ditingkat penjualan paling banyak dibandingkan dengan merk Mr. bread di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom. Total pelanggan dari produk Sari Roti adalah sebanyak 45 pelanggan sedangkan untuk produk Mr. Bread adalah sebanyak 7 pelanggan dari total 83 pelanggan yang tergabung dalam grub WhatsApp Indomaret RA. Kartini Tanjunganom. Responden Sari Roti dipilih karena merupakan merk roti basah yang paling banyak diminati oleh pelanggan Indomaret RA. Kartini Tanjunganom. Para pelanggan membeli roti merk Sari Roti beranggapan bahwa sifat roti yang praktis, mudah didapatkan, harganya yang juga terjangkau, bervariasi sesuai selera, dan rasanya yang enak bertekstur lembut manis juga bergizi. Kebanyakan dari mereka sudah membeli Sari Roti lebih dari dua kali. Hal tersebut dibuktikan pada tabel 1.5.

Tabel 1.5

Frekuensi pembelian Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom

Frekuensi	Responden
< 2 kali	0
>2 kali	45
Total	45

Sumber: data diolah peneliti (2019)

Berdasarkan tabel 1.5 diatas terbukti bahwa semua pelanggan Sari Roti telah melakukan pembelian ulang pada produk Sari Roti. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa puas. Puas disini dapat diartikan sebagai perasaan senang karena apa yang diharapkan dapat terpenuhi atau apa yang diinginkan sesuai dengan kenyataan yang didapatkan.

Sari Roti merupakan merk roti ternama di Indonesia yang diproduksi oleh PT. Nippon Indosari Corpindo. Merk roti ini pertama kali didirikan pada tahun 1995. Saat ini PT. Nippon Indosari Corpindo telah memproduksi berbagai macam produk roti tawar dan roti manis dengan merk dagang Sari Roti dan Boti, serta memproduksi chiffon cake dengan merk dagang Sari cake.⁴ Kapasitas pendistribusian produk Sari Roti telah menjangkau ke semua daerah, tidak heran nama Sari Roti menjadi salah satu pilihan yang melintas dibenak para konsumennya. Hal ini didukung dengan adanya data TOP Brand pada tahun 2019 sebagai berikut:

Tabel 1.6

Data TOP Brand Roti Tahun 2019

Merk	TBI	Top
Sari Roti	58,0%	TOP
breadTalk	9,5%	
Lauw	2,3%	
Holand Bakery	1,9%	

Sumber: Data Top Brand Award (2019)⁵

TOP Brand Award adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan

⁴ https://id.wikipedia.org/wiki/Sari_Roti, diakses tanggal 26 juli 2019 pukul 20.00.

⁵ <https://www.topbrand-award.com/en/2019/08/roti-tawar-fase-2-2019/>, diakses pada tanggal 11 pebruari 2020 pukul 20.00.

berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survey berskala nasional dibawah penyelenggaraan Frontier Consulting Group. Dari tabel 1.6 diatas terlihat bahwa Sari Roti menjadi TOP Brand yang menunjukkan bahwa Sari Roti memiliki kekuatan merek yang tinggi diingatan konsumen.

Sari Roti menjadi pilihan masyarakat Indonesia karena kelembutan rotinya, selain itu juga memiliki masa kadaluarsa yang tergolong cepat atau umur simpan produk yang pendek sehingga hal ini menunjukkan produk Sari Roti merupakan produk yang sehat. Sari Roti tersedia dari berbagai macam varian roti, mulai dari varian roti tawar yang didalamnya teredia dari roti tawar biasa, roti tawar kupas, roti tawar gandum, dan lain-lain. Untuk varian roti isi tersedia dari berbagai jenis roti isi, roti sobek isi, roti sandwich, roti kasur yang tentunya dengan varian isi coklat, keju, stroberi dan lain-lain. Dan untuk varian kue tersedia dorayaki dengan berbagai isian didalamnya.

Menurut Lupiyoadi, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima factor yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya.⁶ Berdasarkan dari pemaparan dari faktor-faktor kepuasan tersebut, pelanggan Sari Roti di Indomaret RA Kartini merasa puas karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Oleh sebab itu, peneliti melakukan observasi kedua kepada 30 responden yang merasa puas terhadap produk roti merk Sari Roti. Hal ini untuk mengetahui alasan para pelanggan puas terhadap produk roti merk Sari Roti ini.

⁶ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 25.

Tabel 1.7

Alasan Para Pelanggan Sari Roti Merasa Puas

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan	Jumlah
Kualitas produk	23
Kualitas pelayanan	0
Emosional	4
Harga	3
Biaya	0
Total	30

Sumber: Data diolah peneliti (2019)

Dari data diatas diketahui bahwa faktor terbanyak yang menjadi alasan pelanggan puas terhadap produk roti merk Sari Roti adalah faktor kualitas produk. Alasan dari pelanggan memilih faktor kualitas produk ialah dari hasil yang didapatkan sangat sesuai dengan yang mereka inginkan yaitu tekstur dari rotinya yang lembut dan dengan varian isian yang lumer dan banyak.

Menurut kotler dan Armstrong menyatakan bahwa kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketetapan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan sekumpulan ciri dan katakteristik barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan, merupakan suatu pengertian gabungan dari keandalan, ketetapan, kemudahan, pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk.⁷

Kualitas bisa jadi merupakan hal yang paling dicari oleh konsumen ketika mereka memilih produk yang akan digunakan. Dalam penelitian ini

⁷ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 45.

kualitas produk diartikan sebagai penilaian pelanggan mengenai kebutuhan dan memberi manfaat pada mereka. Kualitas juga menjadi hal yang dominan untuk dijual pada konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sari Roti (Studi Kasus di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang penulis kemukakan diatas, maka rumusan masalah yang diambil adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Di dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang akan dicapai oleh peneliti, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas produk Sari Roti di RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

D. Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan di bidang ekonomi syariah, terutama tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana informasi yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan dapat dijadikan sebagai catatan atau koreksi untuk mempertahankan serta meningkatkan pelanggannya.

- b. Bagi Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta menambah wawasan, pengetahuan, serta referensi terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

c. Bagi Peneliti

Bagi peneliti merupakan sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan dan sekaligus sebagai sarana untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

d. Bagi Peneliti Lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya khususnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.⁸ Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta benar. Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis alternatif (H_a) : ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan produk Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.
2. Hipotesis nol (H_0) : tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan produk Sari Roti di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

⁸ Sumadi Suryabrata, Metodologi Penelitian, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 69.

F. Telaah Pustaka

1. *Pengaruh Kualitas Peoduk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Bangsawan Klaten* oleh Kartika Nur Rahmawati (2012) mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta.

Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa tingkat kategori variabel X1 (Kualitas Produk) termasuk dalam kategori baik karena berada dalam nilai prosentase sebesar 46,25% dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,10%. Sedangkan variabel x2 (Pelayanan) termasuk dalam kategori baik karena berada dalam nilai prosentase sebesar 78,75% dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,70%. Dimana kedua variabel tersebut memberikan kontribusi pada kepuasan konsumen sebesar 64,80%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk terhadap kepuasan konsumen kedai berada dikategori baik. Sisanya 36,20% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁹

2. Penelitian oleh Dessica Dinar Sari (2016) Universitas Negeri Yogyakarta “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen *Sim Card* GSM Prabayar XL Di Kota Yogyakarta).

Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, kualitasn pelayanan, dan harga secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen sim card GSM prabayar XL Yogyakarta.

⁹ Kartika Nur Rahmawati, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Bangsawan Klaten” (skripsi mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta 2017).

Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 43,312 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,50$.¹⁰

3. Penelitian oleh Linda Puspita Sari (2016) IAIN Purwokerto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto)”.

Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan regresi linier berganda diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: $Y = -2,846 + 0,110X_1 + 0,267X_2$. Semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji t dan uji F.¹¹

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama mengkaji tentang variabel X (kualitas produk) dan variabel Y (kepuasan konsumen). Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada variabel X dan lokasi penelitiannya. Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel X yaitu kualitas produk. Dan untuk lokasi penelitian sebelumnya di kedai Bangsawan Klaten, di konsumen Sim Card GSM prabayar XL, dan pada Waroeng Spesial Sambal “SS” sedangkan penelitian ini di Indomaret RA. Kartini Tanjunganom kabupaten Nganjuk.

¹⁰ Dessica Dinar Sari, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Sim Card GSM Prabayar XL di Yogyakarta)*” (skripsi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta 2016)

¹¹ Linda Puspita Sari, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal “SS” Purwokerto)” (skripsi mahasiswa IAIN Purwokerto, 2016)