

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumen merupakan sosok individu atau kelompok yang mempunyai peran *urgent* bagi perusahaan. Hal ini disebabkan keberadaan konsumen mempunyai akses terhadap eksistensi produk di pasaran sehingga semua kegiatan perusahaan akan diupayakan untuk bisa memposisikan produk agar dapat diterima oleh konsumen.

Griffin menyatakan bahwa terdapat beberapa keuntungan strategik bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas konsumen. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seseorang konsumen, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen.¹

Dharmmesta dan Basu Swasta berpendapat bahwa seorang konsumen yang loyal akan menjadi aset yang sangat bernilai bagi organisasi. Dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas.²

Loyalitas konsumen merupakan komitmen konsumen untuk tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan secara konsisten dan dalam waktu lama. Oleh karena itu, kadar loyalitas konsumen adalah

¹ Griffin, Jill. *Customer loyalty*. (Jakarta: Erlangga. 2002), 25.

² Dharmmesta, Basu Swastha. "Kontribusi *involvement* dan *trust in a brand* dalam membangun loyalitas pelanggan". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 20 No. 3, 2005 , hal. 287-304.

komitmen konsumen untuk tetap bertahan menggunakan layanan dari penyedia layanan secara konsisten dan dalam waktu lama.³

Pemasar pada umumnya menginginkan bahwa konsumen yang diciptakannya dapat dipertahankan selamanya. Ini bukan tugas yang mudah mengingat perubahan - perubahan dapat terjadi setiap saat, baik perubahan pada diri konsumen seperti selera maupun aspek-aspek psikologis serta perubahan kondisi lingkungan yang mempengaruhi aspek-aspek psikologis, sosial dan kultural konsumen.⁴ Dan juga, usaha untuk memperoleh konsumen yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari konsumen potensial sampai memperoleh konsumen kerjasama.

Dengan demikian, untuk mempengaruhi loyalitas konsumen, produsen tidak bisa lepas dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang digunakan oleh perusahaan untuk membujuk konsumen agar menggunakan produk yang dihasilkan suatu perusahaan.

Kualitas merupakan faktor yang menjadi pertimbangan pembeli sebelum membeli suatu produk. Produk yang memiliki kualitas bagus, kemasan yang baik dan menarik perhatian, dan pelayanan ketika melakukan pembelian atau penjualan dengan baik dan cepat maka akan membuat konsumen puas dan melakukan pembelian ulang, tidak berpengaruh atau jasa pihak lain, serta

³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 205.

⁴ Dharmmesta, Basu Swastha.. "Loyalitas pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi peneliti". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, vol. 14, No. 3, 1999, 73 – 88.

merekomendasikan kepada orang lain dan pada ujungnya akan menjadi konsumen yang loyal.

Peningkatan kualitas produk atau jasa perlu terus dilakukan karena dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Nabhan Faris dan Kresnaini Enlik menyatakan jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut secara terus-menerus.⁵

Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani mengungkapkan bahwa untuk produk yang merupakan kebutuhan pokok seperti makanan dan minuman, konsumen sangat mempertimbangkan kualitasnya.⁶ Karena sangat berhubungan dengan kesehatan manusia dan merupakan kebutuhan pokok atau untuk camilan, maka kualitas produk sangat mempengaruhi dalam mengambil keputusan pembelian.

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa sesuai dengan konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik, dan sifat terbaik dan bahwa organisasi harus mencurahkan tenaganya untuk melakukan perbaikan produk secara terus-menerus. Perusahaan yang

⁵NabhanFaris dan Kresnaini Enlik, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu”. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Volume 6. No. 3. Malang : Fakultas Ekonomi Gajayana, 2005.

⁶Tedjakusuma, Hartini, dan Muryani, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya”. *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, Vol 2. No. 3. 2001.

mampu memuaskan konsumen dan memiliki konsumen yang setia cenderung mampu bertahan dalam kondisi perekonomian saat ini.⁷

Selain kualitas produk, harga merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yang juga digunakan oleh perusahaan dalam membujuk konsumen untuk menggunakan produk yang dihasilkan suatu perusahaan. Dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali harga digunakan sebagai indikator nilai yang tumbuh melalui persepsi konsumen bilamana harga (besarnya pengorbanan *financial* yang diberikan) dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Indikator penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian antara suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan keputusan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa. Apabila persepsi harga pada suatu produk dan mencakup pelayanan telah sesuai dengan harapan dan manfaat produk maka akan meningkatkan kepuasan dan akan mengulangi pembelian.

Keterjangkauan harga juga aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen atau penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen. Oleh karena itu, harga merupakan unsur penting baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dalam mempertahankan persaingan.⁸

⁷Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Terjemahan oleh Damos Sihombing (Jakarta: Erlangga.2003), 22.

⁸ Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 345.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan bisnis yang semakin ketat adalah bisnis dibidang makanan. Industri makanan dan minuman selalu menjadi andalan untuk mendongkrak pertumbuhan industri setiap tahunnya. Bisnis ini cukup menjanjikan karena kebutuhan utama yang harus dipenuhi orang yang tidak bisa diingkari adalah makanan.

UD. Wahyu Jaya merupakan perusahaan yang memproduksi makanan ringan berupa kue bolu kering. Tempatnya berpusat di Jl. Kapten Tendean 285 A, Blabak, Kota Kediri dengan nama Pusat oleh-oleh MAK PLENGEH. Produk UD. Wahyu Jaya bermacam-macam variasi rasa dan bentuk diantaranya adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Produk UD. Wahyu Jaya

NO.	PRODUK
1.	Kue bolu kering original
2.	Kue bolu kering rasa susu
3.	Kue bolu kering rasa mangga
4.	Kue bolu kering rasa strowberi
5.	Kue bolu kering rasa melon
6.	Kue bolu kering premium
7.	Kue pia plengeh
8.	Kue bolu jadul
9.	Kacang shanghai

Sumber : Data UD. Wahyu Jaya Tahun 2018

UD. Wahyu Jaya memasarkan produknya di berbagai daerah seperti Tulungagung, Gresik, Surabaya, Malang dan Kediri. Salah satunya di kota Kediri yang merupakan tempat yang sangat strategis untuk penjualan produk kue bolu kering UD. Wahyu Jaya, dibuktikan dengan banyak terdapat tempat sekolah / kampus, tempat wisata dan pusat perbelanjaan yang sering di kunjungi oleh wisatawan lokal maupun mancanegara. UD. Wahyu Jaya memasarkan produknya pada pasar tradisional dan modern, segmen menengah dan bawah. Seperti pada agen-agen yang memiliki penjualan yang sangat baik yaitu tempat pusat oleh-oleh kota Kediri, swalayan modern dan toko tradisional. Sehingga produk UD. Wahyu Jaya cepat dikenal dan banyak diminati oleh masyarakat luas karena kualitas produk dan harganya yang sangat baik. Berikut outlet-outlet UD. Wahyu Jaya di kota Kediri ⁹ :

TABEL 1.2

OUTLET UD. WAHYU JAYA KOTA KEDIRI

NAMA TOKO	ALAMAT
Laksana Jaya	Jl. Brawijaya – Kediri
Pusat Oleh – Oleh Matahari	Yos Sudarso No. 128 Kediri
Pusat Oleh – Oleh Sinta	Yos Sudarso No. 198 Kediri
Toko Laily	Ngronggo – Kediri
Mekar Swalayan	Gudang Garam – Kediri
Stamaniya Burengan	Letjen Sutoyo 22 – Kediri

Sumber : Data UD. Wahyu Jaya Tahun 2018

⁹ Mujayin, Pemilik UD WAHYU JAYA, Blabak Kota Kediri, 23 Februari 2018.

Di kota Kediri banyak terdapat pengusaha yang memproduksi kue bolu seperti: Bolu Pisang Yulia - jl. Rinjani no. 4 Kediri, Bolu kukus Joyoboyo, Kue Bolu Makmur Jaya Kediri. Dengan jenis produk yang sama dan harga yang ditawarkan juga dapat dijangkau oleh konsumen maka persaingan bisnis akan semakin ketat.

Namun produk kue bolu kering UD. Wahyu Jaya memiliki cita rasa yang khas yang berbeda dari produk pesaingnya. Sehingga mampu bersaing dengan meningkatkan penjualan dan jumlah konsumennya. Hal ini dapat dilihat dari tabel penjualan UD. Wahyu Jaya sebagai berikut:

TABEL 1.3

REALISASI PENJUALAN UD. WAHYU JAYA

PERIODE JANUARI - DESEMBER TAHUN 2015-2017

BULAN	Barang Terjual (Pack)		
	2015	2016	2017
JANUARI	3.569	3.779	4.226
FEBRUARI	2.281	7.452	2.726
MARET	713	5.365	51.395
APRIL	249	7.475	68.767
MEI	111	3.738	107.779
JUNI	207	9.016	89.656
JULI	7.966	7.161	31.805
AGUSTUS	3.202	3.221	4.218
SEPTEMBER	3.860	5.396	24.592
OKTOBER	1.572	5.860	1.921
NOVEMBER	3.138	3.850	2.195
DESEMBER	2.860	7.360	5.226
JUMLAH	29.728	69.673	394.506

Sumber : Data UD. Wahyu Jaya tahun 2018

Dari tabel 1.3 diatas jelas terlihat bahwa penjualan UD. Wahyu Jaya mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sampai tahun 2017. Pada tahun 2015 penjualan berjumlah 29.728. Pada tahun 2016 penjualan mengalami kenaikan menjadi 69.673. Dan pada tahun 2017 penjualan mengalami kenaikan kembali menjadi 394.506.

Secara teoritis dengan adanya pesaing akan mendorong distribusi keuntungan yang lebih luas dan akan memperkecil perolehan keuntungan masing - masing industri yang akan mengakibatkan kerugian bagi beberapa pesaing. UD. Wahyu Jaya dengan produk kue bolu kering yang biasa ini mampu bersaing dengan produk-produk unggulan lainnya sehingga membuat peningkatan penjualan dan mampu mengembangkan pasar baik pasar tradisional maupun pasar modern. Dan dalam penetapan harga pada UD. Wahyu Jaya cukup mahal namun konsumen atau *customer* tetap bersedia untuk membeli produk kue bolu kering UD. Wahyu Jaya.

Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen produk UD Wahyu Jaya. Berdasarkan survei awal yang telah dilakukan peneliti faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
Alasan Loyalitas Konsumen
pada Produk UD Wahyu Jaya

Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Kualitas Produk	15	50%
Kualitas Pelayanan	2	7%
Emosional	3	10%
Harga	8	26%
Biaya	2	7%
Total	30	100 %

Sumber : Observasi awal pada tanggal 29 Maret 2018

Berdasarkan tabel 1.4 diatas dapat diketahui bahwa hasil observasi awal terhadap 30 responden konsumen UD Wahyu Jaya Kota Kediri. Pada 15 responden mengambil karena kualitas produk. 2 responden memilih karena kualitas pelayanan. 3 responden memilih karena emosional. 8 responden memilih karena harga dan 2 responden memilih karena biaya. Dari ulasan diatas masyarakat berkeputusan membeli ulang produk pada UD Wahyu Jaya mayoritas karena kualitas produk dan harga.

Dari tabel diatas menunjukkan faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah faktor kualitas produk (makanan) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan kualitas produk yang memiliki rasa khas, gurih, renyah dan terdapat varian rasa pada UD. Wahyu Jaya. Faktor kualitas produk sangat penting karena sebagai penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan

pemakaian terhadap suatu produk dan akan membuat konsumen menjadi loyal.¹⁰

Setelah mempertimbangkan faktor kualitas produk, konsumen mempertimbangkan harga. Harga yang ditetapkan perusahaan sesuai dengan kualitas produk dan manfaatnya. Menurut Lupiyoadi menyatakan bahwa strategi penentuan harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *image* produk, serta keputusan konsumen untuk membeli secara terus-menerus.¹¹

Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Kue Bolu Kering (Studi Kasus Loyalitas Konsumen pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri)**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya Kota Kediri?

¹⁰ Agus (Konsumen UD Wahyu Jaya) *wawancara*, Blabak kota Kediri, 20 Maret 2018.

¹¹ Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat.2001), 30.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Jika penelitian ini mencapai sasaran yang di harapkan, maka hasil penelitian ini di harapkan memberi manfaat, terdapat dua manfaat yaitu secara teoritis dan secara praktis.

- 1) Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ilmu Ekonomi Syariah yaitu manajemen pemasaran, khususnya dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen pada UD Wahyu Jaya.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi ilmiah terhadap penulisan dan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

2) Manfaat praktis

- a. Penelitian ini merupakan sarana untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan dengan kondisi yang terjadi dilapangan, serta untuk menambah pengalaman dalam melakukan penelitian dalam bidang menejemen pemasaran.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pihak-pihak dan atau lembaga terkait, khususnya dalam rangka mendukung terselenggaranya strategi pemasaran yang lebih baik.
- b. Bagi UD. Wahyu Jaya kota Kediri, hasil penelitian ini di harapkan dapat memberi informasi dan menjadi bahan referensi sekaligus masukan dalam rangkan peningkatkan kualitas perusahaan dan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen beserta hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian ini sehingga UD Wahyu Jaya dapat mengambil keputusan dan menerapkan kebijakan yang tepat dalam rangka meningkatkan loyalitas konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.¹²

Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat dibedakan atas dua jenis hipotesis yaitu :

¹² Sunardi Sukrabata, *Metode Penelitian* (Jakarta : Raja Grafindo Persada.2002), 69.

1. Hipotesis Kerja (H_a) : Adanya pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering.
2. Hipotesis Nihil (H_0) : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen kue bolu kering.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh penyelidik.¹³ Adapun asumsi penelitian ini adalah bahwa kualitas produk dan harga dalam manajemen pemasaran dapat mempengaruhi loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.

G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini untuk menghindari persoalan yang diteliti tidak meluas dan fokus penelitian menjadi jelas. Maka penulis menetapkan ruang lingkup dan batasan sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian, lokasi yang dijadikan tempat penelitian ini adalah UD. Wahyu Jaya terletak di Jl. Kapten Tendean 285 A, Blabak, Kota Kediri, dengan nama Pusat oleh-oleh MAK PLENGEH.
2. Subyek penelitian, subyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Wahyu Jaya kota Kediri.

¹³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

3. Variabel penelitian, variabel yang diteliti adalah kualitas produk dan harga dengan loyalitas konsumen kue bolu kering pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri. Kualitas produk sebagai variabel X_1 , Harga variabel X_2 (variabel bebas) dan loyalitas konsumen (Y) sebagai variabel terikat.

H. Telaah Pustaka

1. Skripsi yang ditulis oleh Ropinov Saputro dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada PT. Nusantara Sakti Demak).

Hasil skripsi yang ditulis oleh Ropinov Saputro menunjukkan bahwa analisis menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa pertama, variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen PT. Nusantara Sakti Demak. Kedua, variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen PT. Nusantara Sakti Demak. Ketiga, kepercayaan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen PT. Nusantara Sakti Demak.

Adapun persamaan dari penelitian tersebut adalah sama-sama dengan menggunakan metode kuantitatif dan variabel Y-nya sama yaitu loyalitas konsumen. Perbedaannya adalah objek penelitian yang dilakukan peneliti sekarang berada di UD Wahyu Jaya kota Kediri, sedangkan peneliti terdahulu pada PT. Nusantara Sakti Demak.¹⁴

¹⁴Ropinov Saputro, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada PT. Nusantara Sakti Demak)", (Skripsi: Universitas Diponegoro.2010), 7.

2. Jurnal yang ditulis oleh Melysa Elisabeth Pangoh yang berjudul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu AS Telkomsel di Kota Manado”. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu AS Telkomsel di kota Manado.

Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen tetapi variabel harga tidak berpengaruh.

Adapun persamaan dari penelitian tersebut adalah sama-sama dengan menggunakan metode kuantitatif dan variabel X-nya sama yaitu kualitas produk dan harga dan Y-nya sama yaitu loyalitas konsumen. Perbedaannya adalah objek penelitian yang dilakukan peneliti sekarang berada di UD Wahyu Jaya kota Kediri, sedangkan peneliti terdahulu pada Konsumen Kartu AS Telkomsel di Kota Manado.¹⁵

3. Jurnal yang ditulis oleh Suwarni Septiana Dwi Mayasari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen”.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk kartu prabayar IM3 yang meliputi kecepatan akses, kemasan, frekuensi kegagalan, ketersediaan, citra produk, reputasi merek, yang diolah kedalam distribusi frekuensi diperoleh kesimpulan bahwa kualitas kartu prabayar IM3

¹⁵Melysa Elisabeth Pangoh yang berjudul “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu AS Telkomsel di Kota Manado” Jurnal EMBA Vol. 1 No. 4, 2013, 86.

termasuk dalam kualitas baik. Tingkat harga menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan baik untuk tarif sms, *voucher* isi ulang, harga kartu perdana maupun tarif telepon yang diolah kedalam distribusi frekuensi diperoleh kesimpulan harga yang ditetapkan produsen sudah mampu diterima oleh konsumen. Tingkat kepuasan konsumen, menunjukkan bahwa sebagian konsumen puas dengan layanan yang diberikan kartu prabayar IM3.

Adapun persamaannya dari penelitian ini adalah sama – sama dengan menggunakan metode kuantitatif dan variabel X nya sama yaitu kualitas produk dan harga. Sedangkan perbedaannya penelitian ini objeknya pada PT. Indosat Tbk. Sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang pada UD. Wahyu Jaya kota Kediri.