

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan dibidang perekonomian selama ini telah banyak membawa dampak yaitu berupa perkembangan yang cukup signifikan dalam bidang usaha perekonomian. Seiring dengan itu banyak bermunculan perusahaan dagang yang bergerak dibidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lainnya. Dengan adanya bisnis retail di Indonesia , maka hal ini akan terjadi persaingan yang sengit antar pelaku bisnis. Ditambah lagi dengan banyaknya retail asing di Indonesia yang punya daya, merek dan dana yang “tak terbatas”. Oleh karenanya hal tersebut, maka retail di Indonesia perlu mewaspadaai atau mempelajari berbagai tren yang mungkin akan terjadi pada dunia retail di masa depan.¹

Salah satu usaha retail yang kehadirannya marak dan tersebar di berbagai tempat, baik di kota besar maupun di kota kecil adalah minimarket. Minimarket merupakan usaha retail yang menyediakan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen seperti sembako, barang-barang *toiletries*, alat kecantikan, susu bubuk dan kental manis, aneka biskuit dan roti basah, minuman ringan bersoda atau tidak dengan kemasan yang beraneka (kotak, kaleng, botol), perlengkapan rumah tangga, bahan kue, pembasmi serangga, alat tulis, perlengkapan bayi dll. Kehadiran minimarket merupakan tuntutan perubahan gaya

¹ Rosa Lesmana, *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang)*, Vil 1 No.1, 2017, 1

hidup masyarakat, baik di desa maupun di kota. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih tempat perbelanjaan. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan barang selengkap mungkin, harga yang terjangkau, produk yang berkualitas, pelayanan yang memuaskan yang semuanya terdapat dalam satu toko tersebut.²

Di setiap kota dan kabupaten tentunya telah berdiri beberapa swalayan, salah satunya adalah Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Berikut adalah daftar swalayan dan minimarket yang berada di Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur:

Tabel 1.1
Daftar minimarket di Kecamatan Kertosono

No.	Nama Swalayan	Alamat
1.	Mikro Aria Swalayan	Jl. Ahmad Yani No.138, Pelem, Kec. Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64314
2.	Damai Swalayan	Jl. Supriadi, Kutorejo, Kec. Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64311
3.	Merdeka Swalayan	Jl. Gatot Subroto No.15, Banaran, Kec. Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64315
4.	Alfamart	Jl. Ahmad Yani No.41, Pelem, Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64314
5.	Indomart	Jl Jend A Yani 64, Palem, Kertosono, Kertosono Jawa Timur 64314
6.	Tsamaniya	Jl. Panglima Sudirman, Palem No.142, Pelem, Kec. Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur 64314

Sumber : Observasi Peneliti pada tanggal 27 Desember 2020

Dari tabel 1.1 diatas, terdapat 6 swalayan atau minimarket yang berada di kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Masing-masing

² Enos Korowa, Sontje Sumayku, Sandra Asaloei, Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado), Jurnal Administrasi Bisnis, 9605 Vol. 6 No. 3 Tahun 2018, 28.

swalayan tersebut menjual produk yang relatif sama. Namun masing-masing swalayan tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda-beda seperti tempat belanja yang luas dan nyaman, penyediaan tempat parkir dengan ukuran yang berbedas-berbeda dilengkapi dengan foodcourt dan juga playground untuk menarik pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk meneliti minimarket Mikro Aria Swalayan sebagai objek penelitian. Alasan peneliti tertarik untuk meneliti Mikro Aria Swalayan karena minimarket tersebut merupakan minimarket pertama yang berdiri pada tahun 1998. Hingga sekarang, minimarket ini masih tetap menjaga eksistensi dan mengikuti perkembangan zaman. Konsumennya pun relatif stabil meskipun masih dalam kawasan lokal tetapi masih mampu bersaing di tengah maraknya minimarket yang ada. Berikut peneliti paparkan mengenai daftar penjualan Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono.

Tabel 1.2
Data Penjualan Mikro Aria Swalayan

No	Bulan	Harga Pokok	Harga Jual	Laba	Persentase Laba
1	Januari	442.214.543	512.313.495	70.098.952	Tetap 0%
2.	Februari	443.559.950	514.617.335	71.057.385	Naik 1%
3.	Maret	490.235.679	595.110.245	104.874.566	Naik 48%
4.	April	480.780.355	575.165.970	94.385.615	Turun -10%
5.	Mei	441.455.660	500.234.653	58.778.993	Turun -38%
6.	Juni	441.120.325	495.786.329	54.666.004	Turun -7%
7.	Juli	442.654.760	512.540.980	69.886.220	Naik 28%

Sumber: Data Penjualan Pemilik Mikro Aria Swalayan Januari-Juli 2020

Pada tabel 1.2 menjelaskan tentang data penjualan Mikro Aria Kertosono di Kecamatan Kertosono selama 7 bulan. Penjualan produk pada swalayan Mikro Aria Swalayan mengalami fluktuasi penjualan. Di bulan Januari-Februari terjadi peningkatan penjualan dan laba sebesar 1%. Kemudian bulan Maret

terjadi kenaikan penjualan dan laba sebesar 48%. . Di bulan April terjadi penurunan laba sebesar 10%. Lalu di bulan Mei-Juni terjadi penurunan penjualan dan laba sebesar 38% dan 7% Dan di bulan Juli mulai stabil lagi dengan peningkatan laba sebesar 28%.

Mikro Aria Swalayan Kertosono merupakan swalayan penyedia kebutuhan pokok dan lainnya. Guna meningkatkan eksistensinya, swalayan ini juga memberlakukan member kepada konsumennya. Berikut peneliti lampirkan data member Mikro Aria Swalayan Kertosono. :

Tabel 1.3
Jumlah Member Mikro Aria Swalayan Kertosono

No	Tahun	Jumlah Member
1	2017	1068
2	2018	1356
3	2019	1587

Sumber: Data Member Mikro Aria Swalayan 3 tahun terakhir

Data diatas menunjukkan jumlah member Mikro Aria Swalayan Kertosono dalam 3 tahun terakhir. Pada tahun 2017 berjumlah 1068 member. Pada tahun 2018 berjumlah 1356 member. Pada tahun 2019 mengalami peningkatan member yang berjumlah 1587 member

Adapun upaya yang dilakukan pelaku usaha retail untuk mencapai target adalah dengan mengoptimalkan potensi pemasaran produk yang dikenal dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah alat pemasaran yang digunakan untuk pencapaian suatu tujuan dari perusahaan. Dalam konsep pemasaran, kepuasan konsumen menjadi faktor yang penting karena hal ini mampu menjadikan konsumen kembali datang untuk melakukan pembelian ulang. Menurut Feignbaum yang dikutip oleh M.N Nasution, kepuasan konsumen

pelanggan sepenuhnya (*Full Costumer Satisfaction*) adalah apabila suatu perusahaan produk atau jasa dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.³ Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa suatu perusahaan produk atau jasa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Dan variasi produk merupakan penciptaan produk-produk yang berbeda-beda baik dari segi ukuran kemasan, rasa, jenis dan lain-lain untuk memenuhi atau melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen secara luas.⁴ Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapannya. Semakin berkualitas suatu produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaannya, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik.

Kebutuhan pokok merupakan kebutuhan yang tidak bisa dihindari oleh semua kalangan. Salah satu kebutuhan pokok rumah tangga adalah kebutuhan ketersediaan minyak goreng. Pada penelitian ini, peneliti akan memaparkan

³ M.N. Nasution. *Manajaemen Mutu Terpadu*, 16

⁴ Kristianus Bungalolon, Pengaruh Variasi dan Mutu Produk, Murahannya Harga, Desain Toko, serta Daya Tarik Promosi terhadap Minat Beli Ulang Konsumen, (Yogyakarta : 2010), 20-21

volume penjualan minyak goreng Mikro Aria Swalayan pada bulan Juli, Agustus dan September 2020 .

Tabel 1.4
Volume Penjualan Minyak Goreng Pada Bulan Juni-September 2020

No	Nama Produk	Volume Penjualan			Jumlah
		Juni	Agustus	September	
1	Hemart	452	324	269	1045
2	Sovia	301	310	305	916
3	Bimoli	3.345	4.238	4.614	12.197
4	Filma	134	176	187	497
5	Fortune	3.025	3.988	4.578	11.591
6	Sanco	78	69	87	234
7	Dunia	89	87	90	266
8	Tropical	145	175	156	476

Sumber: Data Penjualan Minyak Goreng Juli-September 2020 Mikro Aria Swalayan Kertosono

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, dapat diketahui bahwa volume penjualan minyak goreng Bimoli lebih banyak dibandingkan dengan volume penjualan produk minyak goreng merk lainnya. Volume penjualan juga mengalami peningkatan dari bulan Juli-September 2020. Pada bulan Juli ada 3.345 penjualan, bulan Agustus 4.238 penjualan dan bulan September 4.614 penjualan dengan total 12.197 produk minyak goreng Bimoli terjual.

Minyak goreng Bimoli merupakan salah satu merk dagang minyak goreng yang diproduksi oleh PT. Salim Ivomas Pratama Tbk, yang dimiliki oleh grup PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dan PT. Indofood Agri Resources. Dikutip dari laman, Minyak goreng Bimoli termasuk salah satu dari 10 minyak goreng terbaik berdasarkan rekomendasi tahun 2020.⁵ Bimoli terbuat dari kelapa sawit Golden Grade yang diproses dengan Golden Refinery Technology dan Pemurnian Multi

⁵ <https://my-best.id/116180>, diakses pada 27 Desember 2020 pada 15.00 WIB.

Proses, hasilnya lebih tahan panas dan mengandung Omega 9 atau asam oleat, Omega 6, Vitamin E, serta Beta Karoten (Pro Vitamin A alami). Bimoli mengandung kadar Omega 9 yang cukup tinggi, yaitu sebanyak 40%-45%.⁶

Menurut Kotler dan Amstrong sebagaimana yang dikutip dalam bukunya Doni Juan Priansa,⁷ mengemukakan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), dan *promotion* (promosi). Guna mengetahui lebih lanjut mengenai keadaan yang dirasakan oleh konsumen, peneliti melakukan observasi pada tanggal 27 Desember 2020 kepada 35 responden mengenai faktor kepuasan konsumen produk minyak goreng Bimoli di Mikro Aria Swalayan berdasarkan lokasi, pelayanan, kualitas produk, harga dan promosi di Mikro Aria Swalayan Kertosono sebagai berikut:

Tabel 1.5
Faktor Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Bimoli Mikro Aria Swalayan

No	Alasan Pembelian Produk	Jumlah
1	Lokasi	4
2.	Pelayanan	3
3.	Kualitas Produk	15
4.	Harga	9
5.	Promosi	4
Total		35

Sumber: Hasil Observasi Peneliti 27 Desember 2020

Pada tabel 1.5 tersebut, dapat diketahui faktor kepuasan konsumen di Mikro Aria Swalayan adalah berdasarkan pilihan lokasi sebanyak 4 orang, pelayanan sebanyak 3 orang, harga sebanyak 9 orang, kualitas produk sebanyak 15 orang, dan promosi sebanyak 4 orang. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk

⁶ <https://job-like.com/company/6132/> diakses pada 15 Desember 2020, 09:28.

⁷ Donni Juan Priansa, *Perilaku Konsumen dalam persaingan Bisnis Kontemporer*, (Jakarta : Alfabeta, 2017), 10.

melakukan penelitian terhadap variable kualitas produk Minyak Goreng Bimoli pada konsumen Mikro Aria Swalayan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya pada kepuasan konsumen. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa faktor kualitas produk dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan kepuasan konsumen, maka penulis tertarik untuk melakukann penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINYAK GORENG BIMOLI (Studi pada Mikro Aria Swalayan Kertosono Kabupaten Nganjuk)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari konteks penelitian yang telah di sampaikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana kualitas produk minyak goreng Bimoli menurut konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli menurut konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli pada konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas produk minyak goreng Bimoli pada konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli pada konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli pada konsumen di Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

E. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan peneliti khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 - b. Bagi akademisi dapat memberikan manfaat dalam hal pengembangan ilmu ekonomi, melalui pendekatan dan cakupan variabel yang digunakan, terutama hal-hal yang berhubungan dengan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
 - c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono

Bagi Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono, sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dan sebagai pengukuran dalam persepsi publik.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat memahami akan pentingnya pengaruh kualitas produk untuk diterapkan didalam dunia usaha atau perusahaan.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini akan membantu masyarakat dalam melakukan suatu penilaian mengenai kualitas produk sehingga akan lebih meyakinkan kepuasan konsumen pada Mikro Aria Swalayan Kecamatan Kertosono.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

1. H_0 : Tidak Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli di Mikro Aria Swalayan, Kecamatan Kertosono, Kab. Nganjuk

2. H_a : Ada Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen minyak goreng Bimoli di Mikro Aria Swalayan, Kecamatan Kertosono, Kab. Nganjuk.

H. Telaah Pustaka

1. Skripsi yang ditulis oleh Nur Zannah Harahap pada tahun 2018 yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Produk, harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara*". Skripsi yang ditulis peneliti ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (3) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara. (4) pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada Mahasiswa Asrama Putri Universitas Sumatera Utara.

Adapun persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel X dan Y-nya sama yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen. Perbedaannya objek yang digunakan peneliti sebelumnya adalah produk Mie Sedaap sedangkan pada objek penelitian ini adalah produk Minyak Goreng Bimoli Mikro Aria Swalayan Kertosono.

2. Annisa Susanti , *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) (Studi pada PDAM Unit Sugio Kabupaten Lamongan)*. Hasil dari penelitian oleh Annisa Susanti menunjukkan: 1) hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai mean 42,77 dan standar deviasi 4,136 dengan kategori cukup baik. 2) hasil pengujian variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai mean 41,20 dan standar deviasi 3,207. Variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori cukup baik. 3) t-tabel 1,988 dan nilai sig $0,00 < 0,05$ artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh sangat parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif Y-nya sama yaitu kepuasan konsumen. Perbedaannya terletak pada variabel X yaitu kualitas pelayanan sedangkan peneliti menggunakan variabel X kualitas produk serta peneliti terdahulu mengambil objek pada PDAM unit Sugio Kabupaten Lamongan sedangkan peneliti berada di Mikro Aria Swalayan Kertosono.

3. Eriyanto Prastyo Nugroho, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*. Hasil Penelitian oleh Eriyanto Prastyo Nugroho menunjukkan bahwa: 1) ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 13,61%. 2) ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 25,40%. 3) ada pengaruh secara

bersama-sama terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 59,3%.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif, salah satu variabel X yaitu kualitas produk dan variabel Y sama-sama menggunakan kepuasan konsumen. Perbedaannya terletak pada banyaknya variabel X, peneliti terdahulu menggunakan 2 variabel X yaitu harga dan kualitas produk. Objek yang digunakan oleh peneliti sebelumnya ialah mahasiswa Unnes fakultas ekonomi sedangkan objek peneliti ialah Mikro Aria Swalayan Kertosono.

4. Irfan Rasyid Anwari, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kangen Water (Studi Pada CV Kangen Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung)*. Hasil Penelitian oleh Irfan Rasyid Anwari menunjukkan bahwa: 1) hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikan hitung pada X_1 dan X_2 dibawah α , berarti variabel kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2) hasil uji F keseluruhan variabel secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3) hasil uji R^2 X_1 dan X_2 berperan mempengaruhi Y, memiliki kontribusi sebesar 46,1% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan salah satu variabel X yaitu kualitas produk serta variabel Y kepuasan konsumen. Perbedaannya terletak pada jumlah variabel X yang digunakan, peneliti sebelumnya menggunakan 2

variabel yaitu kualitas produk dan harga. Objek yang digunakan juga berbeda peneliti terdahulu memilih objek CV Kangen Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung sedangkan peneliti berada di Mikro Aria Swalayan Kertosono

5. Yetty Husnul Hayati, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*. Hasil Penelitian oleh Yetty Husnul Hayati menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk yang ditawarkan telah memuaskan konsumennya terbukti dengan kuesioner, namun dalam 8 dimensi ada 2 dimensi yaitu fitur -0,340 dan conformance -0,204 yang menurut responden kurang baik. 2) kepuasan berdasarkan nilai rata-rata indeks sebesar 100,1% berarti konsumen sudah merasa puas dengan kualitas yang disajikan. 3) nilai korelasi antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 0,710. Pada uji Fhitung > Ftabel yaitu $89,621 > 1,96$.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel X dan Y yaitu kualitas produk dan kepuasan konsumen. Perbedaannya terletak pada objek yang digunakan oleh peneliti terdahulu ialah restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut Solo sedangkan peneliti di Mikro Aria Swalayan Kertosono.