

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan konsumen saat ini semakin banyak dan beragam. Termasuk kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Kebutuhan bersama tujuan memiliki peranan yang penting karena motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi dan tujuan yang ingin dicapai.¹ Hal tersebut yang membuat persaingan bisnis pada saat ini sangatlah ketat, baik ditinjau dari inovasi produk maupun cara memasarkan produk. Banyak usaha-usaha baru yang bermunculan membuat para pengusaha lainnya harus melakukan berbagai cara untuk mempertahankan konsumennya agar tidak beralih ke pesaingnya.

Persaingan usaha tersebut juga dirasakan oleh pengusaha di bidang kuliner. Pengusaha Rumah Makan misalnya, mereka dituntut untuk tetap berinovasi tanpa harus merubah ciri khas yang terdapat pada usaha mereka. Berdasarkan data statistik penyedia makanan dan minuman yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik pada Bulan Juli Tahun 2021, tercatat pada tahun 2019 terdapat total 8.304 Rumah Makan/Restoran yang tersebar di seluruh Indonesia.² Jika dibandingkan pada tahun 2018, terdapat total 7.680 Rumah Makan/Restoran. Jadi, pada tahun 2019 terdapat sebanyak 624 Rumah Makan/Restoran baru didirikan yang ada di Indonesia. Provinsi DKI Jakarta menempati peringkat pertama dengan jumlah Restoran sebanyak 3.182 Restoran, diikuti provinsi Jawa Barat di peringkat kedua dengan jumlah Restoran sebanyak 1.201 Restoran dan Provinsi Jawa Timur berada di peringkat ketiga dengan jumlah restoran yang tersedia sebanyak 681 Restoran.

¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2015), 33.

² Subdirektorat Statistik Pariwisata, *Statistik Penyedia Makan dan Minum 2019* (Jakarta: BPS RI, 2021), 31.

Perkembangan diartikan sebagai peningkatan pendapatan per kapita masyarakat untuk setiap tingkat pertambahan penduduk.³ Semakin berkembangnya bisnis rumah makan, di satu sisi mampu membawa keuntungan bagi konsumen karena banyaknya jenis rumah makan, di sisi yang lain dapat menimbulkan tantangan dan ancaman bagi pengelola rumah makan dalam menjalani persaingan yang ketat untuk mendapat perhatian konsumen yang akan berkunjung untuk makan. Salah satu cara agar sebuah rumah makan mudah untuk diingat konsumen adalah dengan cara memberikan nama rumah makan dengan diikuti nama makanan khas, misalnya Rumah Makan Sate, Rumah Makan Soto, Rumah Makan Masakan Padang, dll.

Sate adalah salah satu makanan khas Indonesia. Pada tahun 2017, Sate tercatat pernah masuk ke dalam salah satu dari 50 *World's Most Delicious Foods* atau 50 makanan terlezat dunia versi jaringan televisi CNN (*Cable News Network*) dengan menempati peringkat 14.⁴ Sate merupakan sajian lauk yang terdiri atas irisan daging yang tersusun dengan cara ditusuk lidi atau bambu te proses pematangannya yang paling umum adalah dengan dipanggang atau dibakar menggunakan api dari arang kayu maupun alat pemanggang modern.⁵ Sate diperkirakan mulai diciptakan sekitar awal abad 19 bersamaan dengan datangnya para pedagang maupun penyebar agama dari Arab ke Indonesia.

Menurut Prof. Dr. Ir. Murdijati Gardjito (salah satu Dosen dari Universitas Gadjah Mada), pada tahun 2018 terdapat 252 ragam sate dengan 175 ragam sate dapat ditelusuri asal-usulnya dan 77 ragam sate belum dapat ditelusuri asal-usulnya.⁶ Salah satu jenis sate adalah sate ayam. Jika dibandingkan dengan makanan berbahan dasar ayam lainnya, sate ayam memiliki beberapa keunggulan. Salah satunya adalah kandungan lemak yang lebih sedikit. Berikut data perbandingannya.

³ Mahfudhotin, "Analisa Pertumbuhan Tenaga Kerja dan Jaringan Kantor Terhadap Perkembangan Aset Perbankan Syariah," *El Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 9 (2020): 2.

⁴ Diakses 22 September 2021, <https://phinemo.com/kuliner-terenak-di-dunia-versi-cnn/>.

⁵ Laily T. Erwin, *SATE Lauk Favorit Nusantara* (Jakarta: Gramedia, 2020), 8.

⁶ Diakses 22 September 2021, <https://www.ugm.ac.id/id/berita/17170-indonesia-miliki-252-ragam-sate>.

Tabel 1.1
Data kandungan gizi makanan berbahan dasar ayam (per 100 gram)

No	Nama Makanan	Kandungan gizi per 100 gram		
		Lemak	Karbohidrat	Protein
1	Sate Ayam	14,82 gram	4,87 gram	19,54 gram
2	Ayam Bakar Bagian Dada	15 gram	0,10 gram	23 gram
3	Ayam Goreng Bagian Dada	16,80 gram	0,10 gram	34,20 gram
4	Ayam Geprek	17,99 gram	7,6 gram	17,61 gram
5	Salad Ayam	17,31 gram	1,4 gram	16,2 gram

Sumber: Fatsecret.co.id.

Berdasarkan tabel di atas, jika dibandingkan dengan beberapa makanan berbahan dasar ayam lainnya, Sate Ayam memiliki kandungan lemak paling sedikit yaitu sebanyak 14,82 gram per 100 gram. Untuk Ayam Bakar Bagian Dada memiliki kandungan lemak sebanyak 15 gram per 100 gram, Ayam Goreng Bagian Dada memiliki kandungan lemak sebanyak 16,80 gram, Ayam Geprek dan Salad Ayam memiliki kandungan lemak di atas 17 gram per 100 gram.⁷

Rumah Makan Sate Ayam merupakan Rumah Makan yang menyajikan menu khas menurut resep khusus dengan menonjolkan satu atau dua menu tertentu dan menu pelengkap.⁸ Saat ini, di Kota Kediri terdapat beberapa Rumah Makan Sate Ayam dengan karakteristik yang berbeda-beda. Hal tersebut menjadi dasar dalam menarik perhatian pelanggan untuk datang dan membeli makanan yang dijual. Berdasarkan hasil dari pencarian peneliti melalui google maps, maka didapat 3 Rumah Makan Sate Ayam dengan rating diatas bintang 4 dan diulas lebih dari 20 kali oleh beberapa akun pengguna google maps. Berikut datanya:

⁷ Diakses 23 September 2021, <https://www.fatsecret.co.id>.

⁸ R. Wulan Ayodya, *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis* (Jakarta: Gramedia, 2007), 13.

Tabel 1.2
Perbandingan Rumah Makan Sate Ayam Berdasarkan Rating dan Ulasan

No.	Nama Rumah Makan	Alamat	Rating	Ulasan
1	Sate Ayam Pak Siboen	Jalan Panglima Sudirman No.134, Kel. Kampung Dalem, Kec. Kota, Kota Kediri	4,3	1.852 ulasan
2	Sate Ayam Ponorogo Pak Joko	Jalan KH Wachid Hasyim No.153, Kel. Bandar Lor, Kec. Mojoroto, Kota Kediri	4,4	93 ulasan
3	Sate Ayam Ponorogo Bu Lilik	Jalan Panglima Sudirman No.42, Kel. Kampung Dalem, Kec. Kota, Kota Kediri	4,5	28 ulasan

Sumber: Data Observasi pada tanggal 20 September 2021

Berdasarkan observasi awal penelitian pada tanggal 20 September 2021, Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen paling banyak diulas oleh akun pengguna google maps yaitu sebanyak 1.852 ulasan dan mendapatkan rata-rata penilaian sebesar 4,3 dari nilai maksimal 5. Untuk 2 Rumah Makan Sate Ayam lainnya mendapatkan ulasan di bawah angka 100. Sistem ulasan di google maps adalah komentar atau opini yang ditulis oleh pengguna google maps setelah mereka mengunjungi suatu tempat dan ditulis atas kehendak pribadi. Ulasan tersebut bersifat terbuka untuk publik, jadi setiap orang dapat melihat ulasan tersebut. Setiap ulasan yang diberikan oleh pengguna google maps harus menyertakan penilaian yang berkisar antara 1 sampai 5 dan berupa pemberian bintang.

Berikut ini perbandingan ketiga Rumah Makan tersebut apabila menggunakan teori bauran pemasaran 4P (*product, price, promotion* dan *place*) didapat data sebagai berikut :

Tabel 1.3
Perbandingan Rumah Makan Sate Berdasarkan Bauran Pemasaran

No	Keterangan	Nama Rumah Makan		
		Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri	Sate Ayam Ponorogo Pak Joko	Sate Ayam Ponorogo Bu Lilik
1	<i>Product</i> (Produk Makanan)	1) Sate Ayam 2) Garang Asam	1) Sate Ayam	1) Sate Ayam
2	<i>Price</i> (Harga)	Rp 32.000 per porsi	Rp. 14.000 per porsi	Rp. 14.000 porsi
3	<i>Promotion</i> (Promosi)	1) Media sosial 2) Iklan televisi 3) Website 4) Aplikasi pemesanan makanan 5) Mulut ke mulut.	1) Aplikasi pemesanan makanan 2) Mulut ke mulut.	1) Aplikasi pemesanan makanan 2) Mulut ke mulut.
4	<i>Place</i> (Lokasi)	1) Terdapat tempat parkir yang luas 2) Terdapat toilet 3) Terdapat ruang ibadah 4) Ruang makan terbuka dan ruang makan dalam ruangan. 5) Fasilitas AC, TV dan <i>Sound Music</i> . 6) Jam operasional buka 24 jam.	1) Terdapat tempat parkir 2) Terdapat toilet 3) Ruang makan 4) Jam operasional buka mulai pukul 15.00 sampai 21.00	1) Terdapat tempat parkir 2) Terdapat toilet 3) Ruang makan 4) Jam operasional buka mulai pukul 09.00 sampai dengan pukul 16.00

Sumber: Data Observasi pada tanggal 25 September 2021.

Berdasarkan tabel 1.3, Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri memiliki beberapa keunggulan yaitu pada produk makanan yang dijual dan media promosi lebih banyak dan berdasarkan observasi peneliti pada tanggal 20 september 2021 mendapatkan ulasan di google maps paling banyak diantara 2 Rumah makan sate lainnya yaitu sebanyak 1.852 Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memilih Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri sebagai lokasi penelitian.

Berikut data penjualan produk sate ayam di Rumah Makan Ayam Pak Siboen Kota Kediri pada tahun 2019, 2020 dan 2021.

Tabel 1.4
Penjualan Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri Tahun 2019, 2020, dan 2021

No	Bulan	Total Penjualan Dihitung Per Porsi		
		Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021
1	Januari	2.586	2.551	1.974
2	Februari	2.275	2.075	1.885
3	Maret	2.566	1.553	1.918
4	April	2.570	651	1.860
5	Mei	2.627	909	1.924
6	Juni	4.484	1.177	2.294
7	Juli	2.386	1.415	2.131
8	Agustus	2.162	1.649	2.248
9	September	2.492	1.574	1.860
10	Oktober	2.204	1.801	2.146
11	November	2.860	1.858	2.386
12	Desember	3.834	2.110	2.584
TOTAL		33.046	19.323	25.210
Rata-rata penjualan per hari		90 porsi	53 porsi	69 porsi

Sumber: Buku Penjualan Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri
(data diolah).

Berdasarkan tabel 1.4, total penjualan produk sate ayam pada tahun 2019 sebanyak 33.046 porsi dengan rata-rata penjualan 90 porsi per hari. Penjualan terbanyak terdapat di bulan Juni dengan total penjualan 4.484 porsi dan paling sedikit terdapat di bulan Agustus dengan total penjualan 2.162 porsi. Untuk total penjualan per bulan pada tahun 2019, Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri selalu konsisten menjual produk sate ayam di atas angka 2.100 porsi.

Pada tahun 2020 dikarenakan adanya pandemi Covid 19, total penjualan produk sate ayam pada tahun 2020 menurun, yaitu sebanyak 19.323 porsi dengan rata-rata penjualan 53 porsi per hari. Penjualan terbanyak terdapat di bulan Januari dengan total penjualan 2.551 porsi dan paling sedikit terdapat di bulan April dikarenakan adanya kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) oleh pemerintah dengan total penjualan 651 porsi. Namun tercatat mulai bulan Juni sampai bulan Desember total penjualan per bulan produk sate ayam di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri selalu konsisten di atas angka 1.100 porsi dan menunjukkan peningkatan penjualan sampai dengan bulan Desember. Pada tahun 2021, total penjualan produk sate ayam meningkat dari tahun sebelumnya. Total penjualan pada tahun 2021 sebanyak 25.210 porsi dengan rata-rata penjualan per hari sebanyak 69 porsi.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu kunci loyalitas pelanggan.⁹ Pelanggan yang sangat senang cenderung lebih loyal dan membeli lagi ketika perusahaan mengumumkan produk baru. Pelanggan yang puas akan cenderung memberikan rekomendasi produk yang baik kepada calon pelanggan lainnya. Menurut Zeithaml dan Bitner, terdapat 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor situasional, dan faktor pribadi atau emosional.¹⁰ Kedua faktor terakhir merupakan faktor yang relatif sulit dikelola oleh perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan yang dirasakan oleh konsumen setelah mereka melakukan pembelian atas suatu produk tertentu.

⁹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, trans. oleh Bob Sabran, 13 ed., vol. 1 (Jakarta: Erlangga, 2008), 140.

¹⁰ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), 156.

Dengan terpenuhinya ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas dan menandakan dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Berikut disajikan data hasil observasi yang dilakukan oleh penulis dengan membagikan angket kepada konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri yang berjumlah 142 orang.

Tabel 1.5
Data intensitas pembelian konsumen

No	Jumlah pembelian	Jumlah konsumen yang membeli
1.	1 kali	24
2.	Lebih dari 2 kali	118
Total		142

Sumber: Data Observasi pada bulan Januari sampai Februari 2022

Data yang diperoleh setelah observasi menunjukkan bahwa konsumen yang telah melakukan pembelian sate ayam lebih dari 2 kali sebanyak orang. Salah satu syarat bagi seseorang konsumen merasa puas apabila telah melakukan pembelian berulang lebih dari 2 kali. Berikut data faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Rumah Makan Sate Ayam Siboen Kota Kediri:

Tabel 1.6
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

No.	Faktor Kepuasan Konsumen	Responden
1	Kualitas Produk	106
2	Kualitas Pelayanan	34
3	Emosional	2
4	Biaya	0
5	Harga	0
Jumlah Responden		142

Sumber: Data Observasi pada bulan Januari sampai Februari 2022

Berdasarkan data di atas yang didapatkan dari 142 orang responden, dapat diketahui bahwa faktor kualitas produk menjadi faktor yang paling banyak mempengaruhi kepuasan konsumen di Rumah Makan Sate Ayam Pak

Siboen Kota Kediri dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 106 orang, diikuti faktor kualitas pelayanan berjumlah 34 orang, dan faktor biaya berjumlah 2 orang. Kualitas produk merupakan keseluruhan keunggulan suatu produk yang memiliki fungsi untuk memenuhi harapan konsumen. Jika suatu produk dapat menjalankan fungsinya dengan baik, maka dapat dikatakan produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Jika konsumen menerima dengan baik dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka dapat dianggap suatu perusahaan tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Salah satu cara Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri dalam mempertahankan kualitas produknya adalah dengan cara selalu memperhatikan bahan dasar pembuatan sate ayam yaitu daging ayam. Proses awal dalam pembuatan sate ayam berupa bahan dasar ayam hidup yang dibeli dari peternak anak ayam akan disembelih sendiri oleh pihak bagian produksi sesuai dengan SOP (*Standard Operational Procedure*) yang berlaku. Hal ini dilakukan untuk menjaga kesegaran daging ayam yang digunakan sebagai bahan dasar pembuatan sate ayam karena kesegaran daging ayam ini nantinya akan berpengaruh terhadap daya tahan dari sate ayam. Setelah itu ayam yang telah disembelih akan dicabut bulunya lalu akan dipotong-potong berbentuk kecil-kecil lalu ditusuk menggunakan tusuk sate. Isi potongan daging ayam yang terdapat di tusuk sate akan disesuaikan dengan varian menu yang ada di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Cara Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri dalam mempertahankan kualitas pelayanannya adalah tetap menjaga kebersihan secara berkala untuk segala fasilitas yang ada seperti ruang makan, toilet, wastafel dll. Serta menyediakan kotak K3 dan alat pemadam kebakaran sebagai salah satu upaya untuk mengantisipasi apabila terjadi kejadian yang tidak diinginkan atau merugikan semua pihak.

Berdasarkan uraian dan data di atas, maka peneliti bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di lokasi penelitian yang telah ditentukan. Dengan demikian, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas**

Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas produk di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?
3. Bagaimana kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?
6. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah peneliti rumuskan, maka dalam penelitian ini memiliki beberapa tujuan antara lain :

1. Untuk mengetahui kualitas produk di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota

Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini, semoga dapat bermanfaat dari segi teoritis ataupun praktis, manfaatnya yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan di bidang usaha kuliner khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, serta hasil penelitian ini dapat dijadikan untuk bahan referensi pada penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Memberikan informasi dalam menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan serta meningkatkan kepuasan konsumen sehingga dapat membantu perkembangan perusahaan ke depannya.

b) Bagi Peneliti

Diharapkan sebagai pembelajaran untuk mahasiswa dalam membandingkan dan mempraktikkan antara teori-teori yang di dapat selama proses belajar.

c) Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan kepada masyarakat terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Menurut Arikunto, hipotesis adalah suatu jawaban atas permasalahan dalam penelitian yang masih bersifat sementara hingga dapat terbukti dengan data yang sudah terkumpul.¹¹ Uji hipotesis bertujuan untuk menetapkan dasar dalam menentukan keputusan antara menerima atau menolak kebenaran yang bersumber dari asumsi yang telah dibuat.¹² Hipotesis penelitian ini antara lain:

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 64.

¹² Johar Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), 18.

Hipotesis Pertama

Hipotesis alternatif (H_a) : adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Hipotesis nol (H_0) : tidak adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Hipotesis Kedua

Hipotesis alternatif (H_a) : adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Hipotesis nol (H_0) : tidak adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis alternatif (H_a) : adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

Hipotesis nol (H_0) : tidak adanya pengaruh secara simultan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Sate Ayam Pak Siboen Kota Kediri.

F. Telaah Pustaka

1. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sabun Batang Herbal Multibeauty (Studi Kasus Pada Komunitas Team Hoky Multibeauty Kediri)* oleh Yayuk Anjarsari (2021), mahasiswi IAIN Kediri.

Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk (X) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 15,226. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,537 atau sebesar 53,7% dipengaruhi oleh variabel kualitas produk sedangkan sebesar 46,3% dipengaruhi variabel yang belum dibahas dalam penelitian tersebut. Populasi dalam penelitian tersebut adalah anggota team Hoky Kediri yang sudah melakukan pembelian lebih dari dua kali yaitu berjumlah 480 orang sedangkan sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 202 responden, angka tersebut didapat dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu lokasi penelitian dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan teknik analisis regresi sederhana sedangkan yang digunakan dalam penelitian penulis adalah teknik analisis regresi berganda.

2. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Syari'ah Jurusan Ekonomi Syari'ah Angkatan 2016 IAIN Kediri)* oleh Mochamad Bayu Al Fatih (2019), mahasiswa IAIN Kediri.

Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Dari hasil penelitian tersebut, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 14,746 + 0,236 X_1 + 0,322 X_2$ dan diketahui nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,271 atau 27,1%. Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan salah satu variabel independen dalam penelitian tersebut sama, yaitu kualitas produk (X1). Perbedaan dengan penelitian ini adalah variabel independen yaitu harga (X2), variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian dan lokasi penelitian.

3. *Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Simping Lima Futsal Kediri* oleh Ayak Bani Akbar (2020), mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 90 responden. Melalui uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,588 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1,98. Sehingga disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Fasilitas (X2) terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini yang membedakan adalah variabel independen dan lokasi penelitian.
4. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tea Break di Royal Plaza Surabaya* oleh Yudayanti Yufna (2021), mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian tersebut menggunakan teknik *Purposive Sampling* sehingga diperoleh sampel berjumlah 100 responden. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian. Melalui uji F, variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian. Melalui uji koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,630 atau 63%. Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel bebas (X) yaitu kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X3) sedangkan yang membedakan adalah penggunaan variabel dependen dan lokasi penelitian.
5. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di UD. Sukron Tulungagung)* oleh Lukmanul Khakim (2020), mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Penelitian tersebut menggunakan metode kuantitatif. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Untuk variabel Harga (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Melalui

uji F diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kesamaan dengan penelitian penulis adalah penggunaan variabel bebas (X) yaitu kualitas produk (X2) dan kualitas pelayanan (X1) serta variabel terikatnya (Y) yaitu kepuasan konsumen. Perbedaan dengan penelitian ini adalah lokasi penelitian dan banyaknya variabel independen.