

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI IZNA  
PIZZA SAROLANGUN**

**TESIS**



**KATARINA ARURANTI**

**92219014**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU MANAJEMEN  
2021**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DI IZNA PIZZA  
SAROLANGUN**

**TESIS**

**NAMA: KATARINA ARURANTI**

**NIM : 92219014**

Disetujui untuk disampaikan kepada Panitia Penguji

Pada Tanggal :.....2021

**Ketua Pembimbing**

**Anggota**

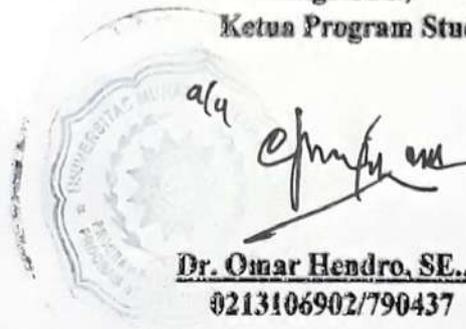


**Dr. Tjandjary AM, SE, MM**  
NIDN: 0019075101



**Dr. Choiriyah, S.E., M.Si**  
NIDN: 0211116203

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



**Dr. Omar Hendro, SE., M.Si**  
0213106902/790437

**PENGARUH KUALITAS PRODUK KUALITAS PELAYANAN DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DI IZNA PIZZA  
SAROLANGUN**

**NAMA: KATARINA ARURANTI**

**NIM : 92219014**

**Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar magister manajemen, yang telah  
diuji dan disetujui oleh Tim Penguji,  
Pada tanggal .....2021**

Ketua

  
Dr., Trisniarty AM, SE., MM  
NIDN: 0019026101

Sekretaris

  
Dr. Choiriyah, SE., M.Si  
NIDN: 0211116203

Anggota I

  
Dr. Fatimah, SE., Ak., M.Si  
NIDN: 025026201

Anggota II

  
Dr. Sri Rahayu, SE., MM.  
NIDN: 0206016702/790999

Anggota III

  
Dr. Omar Hendro, SE., M.Si  
NIDN: 0213106902

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : KATARINA ARURANTI  
NIM : 92219014  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister Pendidikan baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidaksesuaian dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Desember 2021

Yang membuat pernyataan,



Katarina Aruranti  
92219014

*THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICES ON  
CONSUMER SATISFACTION AT IZNA PIZZA SAROLANGUN*

*Katarina Aruranti, 2021. Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Consumer Satisfaction of Izna Pizza in Sarolangun. Thesis of Management Science Study Program Graduate Program, University of Muhammadiyah Palembang. Supervisor (I) Dr. Trisniarty AM, SE, MM Supervisor (II) Dr.Hj. Choiriyah, SE.,M.Si.*

***Abstract***

*The purpose of this study is to answer the problem, first, namely the effect of product quality, service quality, and price together on consumer satisfaction at Izna Pizza Sarolangun. Second, the effect of product quality, service quality and price partially on customer satisfaction at pizza izna Sarolangun. This type of research is descriptive and verification research, namely research designed to describe the characteristics of people, events or situations. The results of the analysis and interpretation of this study conclude, firstly the influence of product quality affects consumer satisfaction, secondly services affect consumer satisfaction. Third, price has a significant effect on consumer satisfaction and product, service, and price quality has a partial effect on consumer satisfaction. Researchers provide suggestions, firstly, they should always pay attention to product quality and always innovate with the latest products so that consumers feel satisfied to be interested in coming back. Second: always improve the quality of service well, in order to meet expectations that become a reference for customer satisfaction. Third: it is better to pay attention to the selling price, with the quality of the product provided, so that the price given by IznaSarolangun pizza is in accordance with the ability of consumers.*

***Keywords:*** *product quality, service quality, price, and customer satisfaction*

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI IZNA PIZZA SAROLANGUN**

Katarina Aruranti, 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pizza Izna di Sarolangun. Tesis Program Studi Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Palembang. Pembimbing (I) Dr. Trisniarty AM, SE.,MM Pembimbing (II) Dr.Hj. Choiriyah, SE.,M.Si.

### **Abstrak**

Tujuan penelitian ini menjawab permasalahan, pertama yaitu pengaruh kualitas produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen di Izna Pizza Sarolangun. Kedua, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen di pizza izna Sarolangun. Jenis penelitian ini penelitian deskriptif dan verifikatif yaitu penelitian yang didesain untuk mendeskripsikan karakteristik dari orang-orang, kejadian-kejadian ataupun situasi. Hasil analisis dan interpretasi penelitian ini menyimpulkan, pertama pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, kedua Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Ketiga, Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Kualitas Produk, Layanan, dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Peneliti memberikan saran, pertama hendaknya selalu memperhatikan kualitas produk dan selalu berinovasi dengan produk terbaru sehingga konsumen merasa puas untuk berminat untuk datang kembali. Kedua : selalu meningkatkan kualitas pelayanan dengan baik, agar memenuhi harapan yang menjadi acuan kepuasan konsumen. Ketiga : sebaiknya memperhatikan harga jual, dengan kualitas produk yang disediakan, agar harga yang diberikan pizza izna sarolangun sesuai dengan kemampuan konsumen.

***Kata Kunci :*** *kualitas produk, kualitas layanan, harga, dan kepuasan konsumen*

# Motto

Tidak ada kata gagal dalam berusaha, yang ada hanyalah berhasil atau belajar

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. ( QS. Ar- Rad 13:11 )

“Sesungguhnya dibalik kesulitan selalu ada kemudahan”

(Al Qur'an surat Al-Insyiraah 94:5 – 6)

Rasa syukurku TESIS ini persembahkan kepada :

Kedua Orang Tua, ayah dan bundaku

Adik dan Saudara-saudariku

Keluarga Besar Angkatanku 27 dan Almamaterku

## PRAKATA

### *AssalamualaikumWrWb*

Alhamdulillah syukur peneliti Panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga tesis ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen pada Program Studi Manajemen, Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penyelesaian tesis ini, peneliti banyak memperoleh bantuan baik berupa pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih atas motivasi atas arahan dari para pembimbing. Pembimbing di tengah-tengah kesibukannya masih tetap meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk, dan mendorong semangat penulis untuk menyelesaikan penulisan tesis ini.

Perkenankanlah juga, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian studi ini, kepada bapak/ibu:

1. Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang, atas kelancaran dan legalisasi administrasi yang diberikan kepada saya mulai dari awal perkuliahan sampai selesainya studi saya.
2. Dr. Sri Rahayu, M.M., Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Dr. Omar Hendro, SE, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Manajemen PPS Universitas Muhammadiyah Palembang dan juga pembimbing.
4. Dr. Choiriyah.,SE, M.Si, sebagai Sekretaris Program Studi Manajemen PPS Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Dr. Trisniarty AM.,SE,MM, sebagai Ketua Pembimbing, terimakasih atas kesabaran dan waktunya serta sebagai motivator peneliti.
6. Karyawan dan Karyawati Program Studi Manajemen, PPS Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Dosen Tim Penelaah Seminar Proposal Tesis yang telah memberikan masukan berharga untuk memperbaiki tesis ini.

8. Pimpinan, Pegawai dan konsumen Izna pizza di Kabupaten Sarolangun atas support dan bantuannya bersedia mengisi kuisisioner.
9. Kedua orang tua tercinta saya, serta sahabat-sahabat, dian, novita анги, kiki yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk Katarina agar segera menyelesaikan tesis ini.
10. Kepada Rekan-rekan Mahasiswa Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Palembang, dan rekan-rekan yang lain dan tidak dapat di sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga Tesis member manfaat dan permintaan maaf yang tulus jika seandainya dalam penulisan ini terdapat kesalahan, karena peneliti juga tidak luput dari salah dan kekeliruan. Peneliti juga berharap masukan dan kritik yang bersifat membangun demi menyempurnakan penelitian ini.

*Wassalamualaikum WrWb*

Palembang, April2021

Peneliti,

Katarina Aruranti

92219014

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS OLEH DOSEN PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS OLEH DOSEN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
ABSTRACT .....	xx
ABSTRAK .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
1. Secara Teoritis .....	8
2. Secara Praktis .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Kepuasan Konsumen.....	11
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	11

b. Elemen Kepuasan Konsumen .....	13
c. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	11
d. Metode Pengukuran Konsumen .....	12
e. IndikatorKepuasanKonsumen .....	20
f. Faktor yang mempengaruhikepuasan.....	21
2. Kualitas Produk .....	14
a. Pengertian KualitasProduk .....	23
b. Tolak ukur Kualitas Produk .....	25
c. Indikator Kualitas Produk.....	26
3. Kualitas Pelayanan .....	28
a. Pengertian KualitasPelayanan .....	28
b. Karakteristik Kualitas Pelayanan .....	31
c. Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	33
d. Indikator kualitas Pelayanan .....	35
3. Harga .....	41
a. Pengertian Harga .....	42
b. Strategi menentukan kebijakan Harga .....	44
c. Tujuan Penetapan Harga.....	30
d. Indikator Harga.....	50
B. Kerangka Pemikiran .....	54
C. Hipotesis .....	54

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

A. Objek Penelitian .....	52
B. Metode Penelitian .....	52

C. Operasional Variabel .....	53
D. Populasi dan Sampel .....	55
1. Populasi .....	55
2. Sampel .....	55
E. Metode, Instrumen Pengumpulan Data dan Jenis Data .....	56
F. Metode Pengujian .....	58
G. Rancangan Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	65
1. Analisis Data .....	65
a. Uji Validitas.....	65
b. Uji Reliabilitas.....	66
2. Deskripsi Jawaban Responden .....	72
3. Pelanggaran Asumsi Klasik.....	77
4. Uji Regresi.....	
5. Pengujian Hipotesis .....	83
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	94
B. Saran .....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1. Operasionalisasi Variabel .....	54
Tabel III.2. Uji validitas KualitasProduk .....	66
Tabel III.3. Uji validitas KualitasPelayanan .....	67
Tabel III.4. Uji Validitas Harga .....	68
Tabel III.5. Uji Validitas KepuasanKonsumen .....	69
Tabel IV.1. Deskrpsi data kepuasan konsumen.....	72
Tabel IV.2. Deskrpsi Data Kualitas Produk .....	73
Tabel IV.3. Deskrpsi Data Kualitas Pelayanan .....	75
Tabel IV.4. Deskrpsi data Harga .....	76
Tabel IV.5. hasil uji kolmogrov .....	77
Tabel IV.7. hasilujiheterokdasitas .....	79
Tabel IV.8. hasilujimultikoloneritas.....	81
Tabel IV.9. HasilestimasiRegresilinearberganda .....	82
Tabel IV.10. Hasil Uji F.....	84
Tabel IV.11. Hasilkoefesiendeterminasi .....	86

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Pemikiran .....	55
Gambar IV.2. Gravik normal Plot.....	78

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern. Perubahan yang terjadi ditandai dengan adanya kemajuan teknologi, gaya hidup, dan pola pikir masyarakat berkembang yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perkembangan tersebut masyarakat dituntut langsung untuk mengikuti alur perkembangan dan dapat mengimbangnya. Seiring dengan perkembangan peradaban dan globalisasi, kehidupan dan budaya manusia yang semakin mengalami peningkatan, hal lain yang juga mengalami peningkatan adalah usaha makanan, karena usaha makanan saat ini semakin menjangkau semua lapisan masyarakat, usaha makanan saat ini juga menjawab semua tuntutan masyarakat akan kepraktisan dalam memenuhi kebutuhan makanan. Konsider tersebut menuntut bahwa perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu perusahaan harus merancang strategi yang kuat agar mampu menciptakan kepuasan konsumen dan dapat mempertahankan bisnisnya.

Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan persaingan yang ketat adalah usaha makanan atau yang dikenal dengan usaha kuliner. Persaingan yang ketat tersebut ditandai dengan maraknya usaha kuliner yang membuat jenis makanan atau menghasilkan produk yang sama namun dari

bentuk pelayanan dan harga yang beraneka ragam. Dengan demikian pelaku bisnis dituntut untuk mampu berinovasi dalam menghasilkan produk serta memberikan pelayanan atau jasa agar dapat menarik konsumen untuk mengkonsumsi hasil produk usaha bisnis yang ditawarkan serta mampu bersaing dengan pesaing bisnis serupa lainnya.

Kepuasan konsumen senantiasa menjadi suatu keharusan untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan khususnya bidang kuliner dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini banyak bisnis kuliner yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen atas kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka.

Menurut Kotler dan Keller (2016:230) kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Perencanaan produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu produk yang dihasilkan harus mencerminkan kualitas yang baik. Kualitas produk merupakan hal penting yang diperhatikan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian, oleh sebab itu para pembisnis harus memperhatikan kualitas produk yang akan dijual dengan cara menjaga cita rasa, bahan yang digunakan, proses pembuatan dan lainnya.

Faktor lainnya yang menjadi faktor penentu kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan pelaku bisnis kepada konsumen, karena pelayanan yang prima akan menghasilkan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya akan membawa perlindungan terhadap penjualan dan keuntungan usaha. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing bagi pelaku bisnis.

Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010:154), kualitas pelayanan adalah sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan/konsumen. Salah satu harapan pelanggan atau konsumen sebelum membeli adalah untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Pelayanan yang berkualitas akan menjadi daya tarik bagi konsumen, selain itu pelayanan yang berkualitas juga akan berpengaruh terhadap minat pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap pelaku usaha dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya manusianya guna meningkatkan daya saing produknya dipasar, dan mampu menyusun strategi pemasaran produk agar dapat mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para pesaing bisnis.

Selain kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor lain yang menjadi penentu kepuasan konsumen dalam usaha bisnis makanan atau kuliner adalah kebijakan penetapan harga.

Kotler dan Amstrong (2016:349) harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga tersebut tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahalnya harga suatu barang atau jasa sangat relative sifatnya. Pelaku bisnis harus memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing bisnis agar harga yang ditentukan tidak terlalu tinggi atau rendah.

Bagi konsumen harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu barang atau jasa. Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan, tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Harga merupakan nilai yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen atas penjualan produknya. Apabila harga yang dipatok untuk suatu produk sesuai dengan kualitas dan layanan yang diberikan maka konsumen tidak akan kecewa untuk membayar harga yang telah ditentukan oleh pelaku usaha akan tetapi jika harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas dan layanannya maka konsumen akan mengalami kekecewaan dan tidak senang dengan produk yang pelaku usaha jual sehingga hal tersebut bisa mengakibatkan ketidakpuasaan konsumen.

Izna Pizza merupakan usaha makanan milik perorangan yang bergerak dibidang kuliner dengan hasil produk utama yaitu pizza, di caffe izna pizza

ini menjual berbagai macam jenis pizza dan makanan lainnya serta berbagai jenis minuman. Izna Pizza ini memiliki lokasi yang strategis yaitu berada di Kota Sarolangun tepatnya pada Jl lintas Sumatra KM 2 Sarolangun, tepatnya berada di depan Golden Hotel Sarolangun provinsi Jambi. Izna Pizza selain menyediakan menu pizza yang bervariasi terdapat juga fasilitas *wifi* serta hiburan music sehingga membuat konsumen semakin betah untuk berlama-lama berada di Izna Pizza. Banyaknya variasi menu makanan yang di tawarkan dengan ragam harga membuat izna pizza makin banyak dikunjungi oleh pelanggan atau konsumen.

Semakin meningkatnya persaingan yang ada di bidang usaha makanan atau kuliner yang ada di Sarolangun, membuat pemilik Izna Pizza terus melakukan pembenahan sarana prasarana, bahan baku, sumber daya manusia, penetapan harga dan kenyamanan pelanggan. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kualitas konsumen. Dengan terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Izna Pizza dapat bersaing serta unggul dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

Fenomena menjamurnya bisnis yang bergerak dibidang makanan atau kuliner juga terjadi di Sarolangun. Terdapat beraneka ragam bisnis makanan atau kuliner di Sarolangun yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung, angkringan makanan, dan stand makanan, kemudian bisnis makanan atau kuliner berskala menengah seperti toko makanan, rumah makan, dan cafe, sampai dengan usaha makanan atau kuliner berskala besar seperti restoran. Semakin maraknya ragam kuliner yang disajikan dan semakin

berkembangannya jumlah toko/kedai yang menyajikan makanan atau kuliner di Sarolangun, hal ini menjadikan daya tarik peneliti untuk melakukan penelitian terkait bisnis makanan atau kuliner yang difokuskan pada salah satu jenis usaha makanan yaitu pizza, yang merupakan salah satu usaha produk makanan yang berkembang pesat di Sarolangun yang di produksi oleh Cafe Izna Pizza Sarolangun.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti memperoleh informasi bahwa salah satu konsumen merasa kualitas produk yang disediakan oleh Izna Pizza masih biasa-biasa saja belum tergolong kesan istimewa atau luar biasa. Sebagian konsumen memberi penjelasan bahwa cita rasa dari makanan yang di produksi oleh Izna Pizza sangat enak namun masih sering merasakan rasa yang berubah-ubah untuk jenis varian yang sama, terkadang rasanya sangat enak dan lezat namun terkadang rasanya agak sedikit hambar atau kurang bumbunya. selain itu ada pula konsumen yang memberikan pendapat bahwa kualitas produk dari Izna Pizza ini sesuai dengan bentuk yang ditampilkan oleh visual atau gambar di daftar menu ataupun gambar di media sosialnya Izna Pizza.

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen ada beberapa fasilitas yang masih belum berfungsi secara maksimal seperti yang disampaikan oleh salah satu konsumen Izna Pizza dimana di Izna Pizza terdapat fasilitas antar jemput pesanan namun konsumen tersebut merasakan bahwa pelayanan tersebut kurang maksimal dikarenakan lamanya pesanan order tersebut sampai ketangan, selain itu fasilitas Wifi yang ada di Izna Pizza juga tidak

berfungsi secara maksimal terkadang jaringan lelet atau lemah mungkin hal ini disebabkan oleh banyaknya pemakaian di area café tersebut. Adapula beberapa konsumen menyarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti area parkir, tata letak kursi dan meja agar lebih nyaman dan enjoy, pelayanan pramusaji yang ramah saat menawarkan produk kepada konsumen.

Jika dilihat dari penetapan harga, Izna Pizza berusaha menetapkan harga yang terjangkau dengan tetap mempertahankan kualitas produk. Akan ada beberapa konsumen yang mengeluhkan harga yang ditetapkan oleh Izna Pizza dalam kategori mahal. Selain itu ada konsumen yang merasa bahwa dengan harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan porsi makan yang dipesan.

Tingkat kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang disajikan oleh Izna Pizza ini akan mempengaruhi tolak ukur kepuasan konsumen di Izna Pizza ini sebagai bentuk perkembangan penjualan, yang nantinya mampu menjadi caffè yang memiliki kualitas produk yang baik, tingkat pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam dengan melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Izna Pizza Sarolangun”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah jelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Adakah Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen di Izna Pizza Sarolangun?
2. Adakah pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Izna Pizza Sarolangun ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah di paparkan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Konsumen di Izna Pizza Sarolangun.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen di Izna Pizza Sarolangun.

## **D. Kegunaan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak, adapun kegunaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi Pemilik Usaha

Sebagai bahan informasi untuk pengembangan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya dalam mempertahankan dan meningkat loyalitas pelanggan yang dapat dipergunakan sebagai pedoman untuk menentukan kebijakan kualitas produk dan harga.

2) Bagi Masyarakat / Konsumen

Sebagai bahan masukan untuk mempertimbangkan tentang kualitas produk dan harga dalam melakukan pembelian produk produk yang di tawarkan.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini disamping sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Pemasaran di Universitas Muhammadiyah Palembang, juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan ilmu dibidang manajemen pemasaran khususnya tentang kualitas produksi, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

4) Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan masukan dan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis terhadap variabel kualitas produk dan harga, serta variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, pada tempat dan periode yang berbeda.

## **2. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis yang memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen, serta dhasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai obyek penelitian yang sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2012, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Cristopher, H Lovelock dan Lauren K Wright. 2007, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih Bahasa Agus Widyantoro, Cetakan Kedua, Jakarta : PT Indek
- Daryanto. 2013, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran (Cetakan ke 2)*, Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Donni Junni Priansa, 2017, *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontenporer*, Bandung: Alfabeta.
- Hadiyuda, Supratno Harum Dwi. 2014, *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bus Pariwisata (Studi Pada Pengguna Bus Pariwisata PO Padang Aran)*, Skripsi Fakultas dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Kenneth Saudjana. 2016, *Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Membeli Melalui Toko Online*, Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.53/No.12/Desember-20016.
- Kotler & Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke 13*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & K.L. Keller, 2016, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2. (Terjemahan Bob Sabran)*. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip, Keller, Kevin L. 2013, *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Gerry Armstrong, 2014, *Prinsip-Prinsip Manajemen, Edisi 14 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Gerry Armstrong, 2016, *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilang*. Jakarta : Erlangga
- Lovelock, Christopher., Jochen, Wirtz., & Jacky, Mussry, 2010, *Pemasaran Jasa – Perspektif Indonesia Jilid 1*, Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Lupiyoadi & Hamdani. 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*, Salemba Empat.
- Nugroho, Dwi Mulyono. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Layanan, dan Harga Produk Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Prabayar Telkomsel. *Jurnal OE* vol. 7 no.2 Juli 2015.
- Nugroho, D,S., & Syaohid, E. 2015, *Strategi peningkatan Kualitas Empat Atribut Green City di Kecamatan Bandung Wetan Kota Bandung*, Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota.
- Parasuarman, Et, al. 2012, *A Conceptional Model Of Service Quality and Its Implication For Future Reasearch*. Service Quality.
- Tjiptono. Fandy, 2014,*Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Strategi Pemasaran Edisi 5*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sangadji dan Sopiah. 2013, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertasi: Himpuunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta : Andi.
- Setyo, Purnomo Alfabeta.Edwin. 2017, *Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Best Autowork*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol. 1 No. 6.
- Sugiyono. 2013,*Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015,*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung:
- Sunyoto, Danang. 2015, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : CAPS.
- Yulianto, Akbar Dwi. 2017, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kentucky Fried Chicken Surabaya*. Vol. 3 No.1.