



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA  
UMKM KOPI DUA GUNUNG PASURUAN  
(Studi Pada Konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MUHAMMAD DZULKIFLI

21901081267

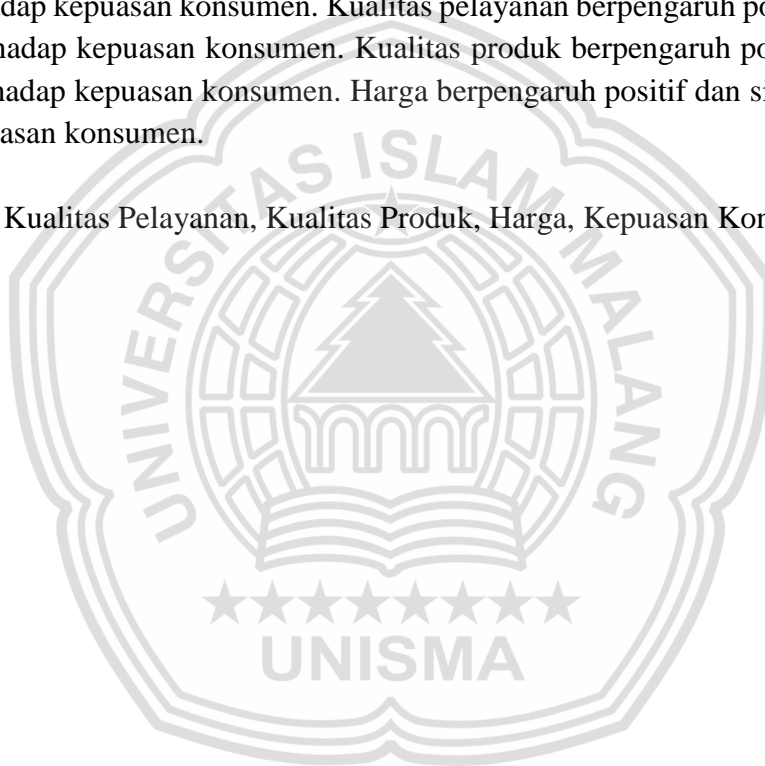


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG  
2023**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Metode kuantitatif digunakan dalam jenis penelitian ini. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, dimana metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non-probability sampling, khususnya metode pengambilan sampel, dimana sampel yang diperoleh harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Kuesioner digunakan sebagai metode atau alat pengumpulan dalam penelitian kuantitatif ini. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen.



## ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality and price on consumer satisfaction at UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Quantitative methods are used in this type of research. This research was conducted on consumers of UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan where. The sampling method used in this study is the non-probability sampling method, specifically the sampling method, where the sample obtained must meet certain conditions. The questionnaire was used as a collection method or tool in this quantitative study. Based on the results of the study, it shows that service quality, product quality and price have a positive and significant effect simultaneously on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Price has a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Service Quality, Product Quality, Price, Customer Satisfaction*



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

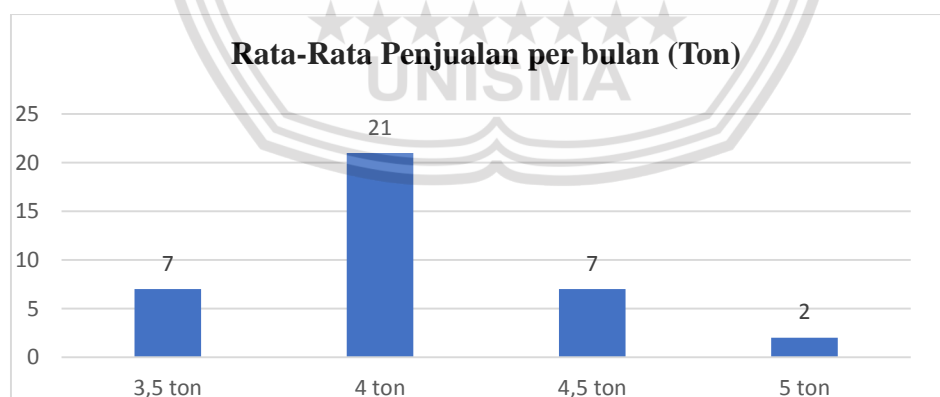
Pada era saat ini globalisasi di Indonesia terjadi sangat cepat dan memberikan banyak perubahan dan perkembangan diberbagai bidang, kondisi seperti inilah yang menuntut semua perusahaan ataupun organisasi untuk lebih kreatif dan kompetitif dalam menghadapi perubahan dan perkembangan yang terjadi. Globalisasi pada intinya adalah suatu proses dari gagasan yang dimunculkan, kemudian ditawarkan untuk diikuti oleh bangsa lain yang akhirnya sampai pada satu titik kesepakatan bersama dan menjadi pedoman bersama bagi bangsa-bangsa di seluruh dunia.

Kehadiran globalisasi tentunya memberikan pengaruh untuk kehidupan setiap Negara di dunia termasuk Indonesia. Globalisasi yang terjadi di Indonesia terjadi di semua bidang kehidupan termasuk bidang ekonomi. Salah satu kota di Indonesia yaitu kota Pasuruan dalam perkembangannya di bidang ekonomi memunculkan banyaknya pengusaha diberbagai bidang. Salah satu usaha yang sedang banyak diminati di kota Pasuruan adalah UMKM yang memproduksi kopi.

Warga Indonesia memiliki budaya meminum kopi yang, masyarakat Indonesia biasa memulai kegiatan pagi dengan meminum secangkir kopi sembari membaca berita atau sekedar mengobrol santai dengan keluarga dan teman. Kebiasaan meminum kopi ini membuat kebutuhan kopi di Indonesia cukup tinggi. Menurut catatan International Coffee Organization (ICO), konsumsi kopi Indonesia tahun 2019 3,6 juta karung. Sedangkan pada 2020

sebanyak 5 juta karung. Dalam sepuluh tahun terakhir konsumsi tumbuh 3,7%, tertinggi kedua di antara negara-negara produsen kopi. Indonesia juga merupakan satu negara produsen kopi terbesar di dunia dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, produksi kopi Indonesia mencapai 774,6 ribu ton pada tahun 2021. Jumlah tersebut naik 2,75% dari tahun sebelumnya yang sebesar 753,9 ribu ton. Selain itu, produksi kopi Indonesia pada tahun lalu menjadi yang tertinggi dalam sedekade terakhir. Sumatra Selatan merupakan produsen kopi terbesar di Indonesia sepanjang 2021. Jumlah produksi kopi di provinsi ini mencapai 201,40 ribu ton. Lampung menyusul dengan jumlah produksi kopi sebanyak 118 ribu ton. Kemudian, Sumatra Utara dan Aceh masing-masing memproduksi kopi sebanyak 76,80 ribu ton dan 74,20 ribu ton.

Oleh Karena Itu di kota Pasuruan khususnya di daerah pegunungan Arjuno dan welirang terdapat berbagai macam jenis kopi yang berkualitas, di antaranya adalah kopi arabika arjuno, kopi arabika welirang, kopi robusta arjuno, kopi robusta welirang, kopi robusta kencis, dan kopi liberika (Nangka).



**Gambar 1 1 Penjualan UMKM Kopi Dua Gunung dari Tahun 2020-2023**

Berdasarkan Tabel 1.1 Dapat Diketahui penjualan selama 3 tahun terakhir, dari rata-rata penjualan setiap bulan dapat di lihat pada UMKM Dua

Gunung masih mengalami tingkat penjualan yang belum stabil, padahal UMKM Dua Gunung sudah memberikan yang terbaik bagi setiap konsumennya. Selain beberapa jenis kopi tersebut, Di UMKM Dua Gunung juga menyediakan berbagai jenis proses kopi, di antaranya proses natural, proses fullwash, proses semi wash, dan proses wine, tentunya proses-proses tersebut berpengaruh pada kualitas kopi.

Kualitas produk sendiri sangatlah penting bagi suatu perusahaan, terutama dalam menentukan pilihan biji kopi yang berkualitas tinggi. UMKM Dua Gunung telah mensortir produk kopi yang mereka jual dengan kategori grade 1, grade 2, grade 3 dengan tujuan memberikan opsi kepada konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka, selain pensortiran prosesnya pun sesuai dengan karakteristik kopi tersebut, sebagai contoh kopi arabika welirang yang cenderung memiliki cita rasa yang masam, ,bagaimana agar kopi tersebut memiliki rasa yang kuat, UMKM Dua Gunung memprosesnya dengan metode proses *wine* (*wine procces/ fermentasi*) dan masih banyak lagi contoh seperti kasus tersebut sesuai dengan proses-prosesnya yang sudah di jelaskan sebelumnya jadi mereka menjual produk yang jelas sesuai dengan gradenya masing-masin dan kebutuhan para konsumen oleh karena itu Kualitas produk merupakan faktor utama dalam perusahaan. Kualitas produk merupakan kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing lainnya.

Menurut (Herry Noviandra, 2018) Hanya ada dua pilihan bagi perusahaan untuk meraih keberhasilan dalam pengembangan produk sehingga

menghasilkan produk yang unggul atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki produk pesaing. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya Hal ini menggambarkan bahwa kualitas produk merupakan faktor yang sangat diperhatikan oleh konsumen dalam membentuk kepuasan konsumen.

Peneliti (Senthilkumar, 2012) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh pada kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwasemakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas produk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi dan jika persepsi konsumen terhadap kualitas produk buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Ada beberapa faktor yang digunakan untuk mengevaluasi tercapainya pemenuhan kebutuhan oleh suatu, yaitu: kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), keandalan (*reliability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*, daya tahan (*durability*), *servicebility*, estetikaserta kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*).

Harga merupakan salah satu unsur psikologis yang memainkan peran penting dalam reaksi konsumen, untuk harga persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukan oleh konsumen, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk yang telah dibelinya, harga juga merupakan faktor penentu pada kepuasan konsumen di UMKM Dua Gunung, oleh karena itu di antara beberapa jenis kopi ataupun jenis proses kopi di atas, konsumen dapat mempertimbangkan mana harga yang sesuai dengan kebutuhannya, menurut (Tjiptono, 2019) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan.

Sedangkan menurut (Kotler, 2019) harga merupakan hal yang di kendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah dan mahalnya harga suatu produk sangat relative sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang di tetapkan oleh pesaing, agar harga yang di tentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya.

Pada saat ini banyak pesaing yang berlomba-lomba memberikan kualitas pelayanan yang di sukai oleh konsumennya, oleh karena itu layanan yang berkualitas menjadi suatu keharusan yang harus dimiliki oleh UMKM Dua Gunung agar mampu mempertahankan konsumen dan penjualan yang berkelanjutan untuk kedepannya. Kualitas layanan yaitu tingkat keunggulan sebuah layanan untuk memenuhi keinginan konsumen. Terdapat lima dimensi kualitas layanan, yaitu: bukti fisik (*tangible*) keandalan (*reliability*),



ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) dari kelima dimensi tersebut UMKM Dua Gunung harus bisa menerapkan dengan maksimal.

Adapun menurut (Fandi, 2014) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan dalam penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dari definisi tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan perusahaan didalam memenuhi harapan konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima agar pada akhirnya perusahaan dapat bertahan di pasar dan mendapatkan kepercayaan konsumen.

Menurut (Kotler, 2019) Dalam konteks hubungan pemasaran, kepuasan dikonseptualisasikan sebagai unsur konsep kualitas hubungan. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan di atas maka pokok permasalahan dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan ?
2. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan?
3. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan?

4. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan yang timbul di rumusan masalah, yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM kopi Dua Gunung Pasuruan

### 1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan hal yang telah di uraikan di atas, penelitian ini di harapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

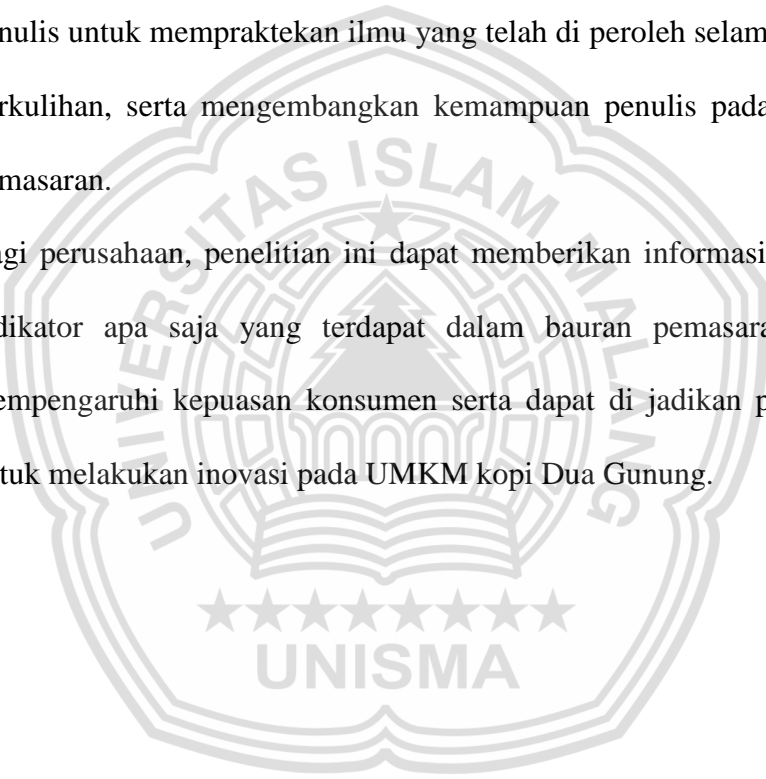
#### 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang di jadikan sebagai sebuah informasi, pemebelajaran dan refrensi baik bagi peneliti, pihak-pihak yang terkait dan bagi pembaca kedepanya sesuai dengan judul tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Study pada

UMKM Kopi Dua Gunung) Dapat berguna dalam bidang pengetahuan Ilmu Ekonomi Bisnis dan pihak-pihak yang membutuhkan, serta sebagai bahan pertimbangan, perbandingan dan penyempurnaan bagi penelitian selanjutnya yang tertarik tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, Penelitian ini dapat memberikan kesempatan bagoi penulis untuk mempraktekan ilmu yang telah di peroleh selama proses perkuliahan, serta mengembangkan kemampuan penulis pada bidang pemasaran.
- b. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang indikator apa saja yang terdapat dalam bauran pemasaran yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta dapat di jadikan pedoman untuk melakukan inovasi pada UMKM kopi Dua Gunung.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Semakin tinggi dan baik kualitas pelayanan yang diberikan UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen yang telah berkunjung, Pelayanan yang ramah dan sopan membentuk karakter konsumen yang merasa dihargai saat membeli suatu produk.
3. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Kualitas produk yang lebih tinggi dan lebih baik dari beberapa kompetitor membuat para konsumen merasa puas terhadap produk yang telah di beli
4. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan . Harga memiliki dampak yang kuat terhadap kepuasan konsumen, yang dapat diukur dengan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat bahwa semakin tinggi maka tingkat kepuasan konsumen semakin meningkat.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya terdiri dari 3 variabel independen yang dipergunakan dalam penelitian yaitu, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen yang pernah membeli produk pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan dengan mengambil data sampel sebesar 96 orang responden dari banyaknya konsumen yang tidak diketahui populasinya.
3. Data primer yang didapat hanya dengan memberikan kuesioner online tanpa dilengkapi wawancara secara langsung dengan responden.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga, terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan. Maka saran yang dapat peneliti sampaikan, sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan, dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat menjadi bahan evaluasi dalam strategi pemasaran untuk lebih mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan keterjangkauan Harga yang mana dapat menjadi alasan untuk para konsumen merasa puas terhadap apa yang mereka rasakan atas pembelian pada UMKM Kopi Dua Gunung Pasuruan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel independen lain yang memiliki kontribusi lebih dalam memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.



## DAFTAR PUSTAKA

- Artha, A, P (2023), ”pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada kopi lain hati cabang deltasari” 12(1), 53-65.
- Creswell, J. W. (2012). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Fandi, T. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 1-11
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. . (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi Program AMOS 24*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herry Noviandra. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,. 25.
- Indrasari, Y. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Buku Gramedia Pekanbaru. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(1), 89-96.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Pearson Prentice Hall
- Kotler, Philip and Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. Pearson.
- Kotler. (2019). *Kualitas Layanan, Harga Dan Cipta Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*,. Jombang : Lppm.
- Kuncoro. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga.
- Malhotra, N. . (2009). *Riset Pemasaran (Keempat)*. PT Indeks.
- Mariansyah Alvin, dkk. (2020). pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu.
- Mu'tashim Mush'ab Ihsan, dkk. (2019). pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*. 10.
- Rusiadi, S., & Subiantoro, A. (2014). *Metode Penelitian Ilmu Ekonomi dan Sosial*. Ghalia Indonesia.

- Santoso, S. (2012). Statistik Multivariat: Konsep dan aplikasi dengan program SPSS. PT Elex Media Komputindo
- Sari, S. P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Kue XYZ di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 8(1), 1-18
- Senthilkumar, N. (2012). Effect of Product Quality on Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Management Tomorrow*, 2(9), 1-5
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, . Bandung: CV Alfabeta.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet.*
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi. Pustaka Baru Press.*
- Tjiptono, F. (2012). *Service management: Mewujudkan layanan prima. Andi Offset*
- Tjiptono. (2019). *Kualitas Layanan, Harga Dan Cipta Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. Jombang : Lppm.*
- Tjiptono, F. (2014). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Andi Offset.*
- Umami. R, Rizal. A, & Sumartik. S. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Café. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 12(1), 53-65.
- Widodo Slamet. (2021). pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen molivia café. 13.
- Yahya, D. H. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Toko Dany Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 7(1), 1-10.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D. D. G. (n.d.). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill.*