



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOBER MIE
SETAN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

**Viky Ariska
NIM. 13.10.411.103**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
MARET, 2017**

ABSTRAK

Tingginya persaingan antar dunia usaha khususnya kuliner sehingga pelaku usaha dituntut untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen pada Kober Mie Setan Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Kober Mie Setan Jember, dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 5 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. 1). Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda, menunjukkan kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan simultan dengan arah positif terhadap kepuasan konsumen pada Kober Mie Setan Jember. 2). menunjukkan kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan konsumen pada Kober Mie Setan Jember.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The high competition in the business world especially the culinary, so that the businessman is asked to give a satisfaction to the consumers. This research is aimed to know the influence of services quality, price, products and the customer beliefs that can influence with simultaneous and partial of the customer ssatisfactions on Kober Mie Setan Jember. The population in this research are the customers of Kober Mie Setan Jember, the number of respondents around 80 people. The variables are around five variables. The tool that used to analysis is multiple linear regression analysis. 1). The results of the coefficient test of multiple linear regression analysis, showed the positive influence of the services quality, price, products and the customer beliefs by simultaneous and partial of customer ssatisfaction on Kober Mie Setan Jember. 2). There is a significant effect of service quality, price, products and the customer beliefs of customers ssatisfaction Kober Mie Setan Jember.

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

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia menunjukkan bahwa setiap pelaku usaha atau perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat dan semakin kompetitif. Ide usaha yang tidak pernah surut pembeli adalah usaha makanan atau kuliner. Salah satu kunci sukses dalam usaha atau bisnis kuliner adalah inovatif dan kreatif. Di Indonesia, sektor industri merupakan penyumbang *value added* yang besar bagi GNP. Berhubung pertumbuhan ekonomi dipengaruhi *value added* sektor-sektor GNP, jadi dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh pertumbuhan dan perkembangan industri.

Menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Faktor-faktor yang membentuk kepuasan konsumen diantaranya kualitas pelayanan yang baik didalam perusahaan, harga yang ditawarkan, produk yang dijual serta kepercayaan konsumen dalam hubungan diantara pemberi kepercayaan dan yang diberi kepercayaan pelanggan, kemudahan-kemudahan inilah yang diharapkan oleh para konsumen untuk mendapatkan barang atau produk yang dibutuhkan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Kualitas pelayanan menurut Parasuraman, et al (2007), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Selain kualitas pelayanan, harga juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen karena suatu harga dapat menjadi patokan suatu produk, dengan harga yang mahal biasanya konsumen berfikir pasti produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik dan apabila harga yang murah konsumen masih meragukannya. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada pasar agar diperhatikan, diminta, dipakai, atau dikonsumsi sehingga mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Makanan yang banyak beredar dipasaran dan sedang diburu oleh para pencinta kuliner saat ini adalah makanan serba pedas. Salah satunya usaha kuliner yang kreatif dan inovatif di Jawa Timur, terdapat sebuah kuliner di Jember yakni Kober Mie Setan yang menawarkan produk mie ayam yang dikreasikan dengan rasa pedas. Kober Mie Setan yang berpusat di Kota Malang adalah usaha yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi waktu luang. Pada tanggal 20 Agustus 2014 Kober Mie Setan mitra Kota Jember yang terletak di Jalan Karimata No.67 Kota Jember resmi dibuka dan berada di daerah kampus, sehingga pangsa pasar atau mayoritas konsumen adalah kalangan mahasiswa atau kalangan muda. Kualitas Pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan dipertahankan ataupun ditingkatkan karena dapat mengancam kelangsungan Kober Mie Setan yang sudah berdiri lama, oleh karena itu setiap rumah makan disarankan untuk tanggap mengenai hal-hal apa saja yang perlu dipertahankan atau pun dirubah dalam menghadapi persaingan yang mulai ketat ini.

Berdasarkan permasalahan penelitian dapat disimpulkan dari uraian latar belakang masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember ?
3. Apakah ada pengaruh produk secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember ?
4. Apakah ada pengaruh kepercayaan secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan jember ?
5. Adakah pengaruh kualitas layanan, harga, produk, dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember ?

Berdasarkan permasalahan diatas yang telah dirumuskan, tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh produk secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepercayaan secara parsial pada kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan, harga, produk, dan kepercayaan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Mie Kober Jember.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar.

Kepuasan Konsumen

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat antara lain pengaruh antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Kotler (2009) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Kotler dan Amstrong, (2001) menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut :

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Hamdani (2006) berpendapat bahwa Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman. Tjiptono (2008) mendefinisikan ” Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi (harapan) pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*).

Harga

Menurut Tjiptono (2008) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang atau jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sebuah badan penelitian

yang sedang berkembang, mendukung adanya perbedaan antara tujuan dan harga yang dirasakan (Allen, 2006). Dalam studi itu menunjukkan bahwa konsumen tidak selalu ingat harga yang sebenarnya dari sebuah produk. Sebaliknya, mereka mengkodekan harga dengan cara yang bermakna bagi mereka. Dalam usahanya, perusahaan yang memasarkan barang atau jasa perlu penetapan harga yang tepat. Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendekatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk-produk yang lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, ukuran, kemasan, pelayanan, garansi, dan rasa agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Pengertian produk (*product*) menurut Kotler (2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Kepercayaan

Kepercayaan konsumen (*consumer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek (*objects*) dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu di mana seseorang memiliki kepercayaan sikap. Atribut (*attributes*) adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki oleh objek. Dua kelas atribut yang luas telah diidentifikasi sebelumnya. *Atribut intrinsik* adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan sifat aktual produk, sedangkan *atribut ekstrinsik* adalah segala sesuatu yang diperoleh dari aspek eksternal produk, seperti nama merek, kemasan, dan label. Akhirnya, manfaat (*benefit*) adalah hasil positif yang diberikan atribut kepada konsumen (Mowen, 2002).

Hipotesis

- H₁ : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H₂ : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H₃ : Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H₄ : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
- H₅ : Kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel adalah untuk mengetahui variabel apa saja yang dilakukan penelitian. Dalam penelitian ini ada dua macam variabel yaitu :

1. *Independent variabel* (variabel bebas)

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain. Antara lain :

- X₁ : Kualitas Layanan
- X₂ : Harga
- X₃ : Produk
- X₄ : Kepercayaan

2. *Dependent variabel* (variabel terikat)

Merupakan variabel yang ketergantungan pada variabel lain. Yaitu :

- Y : Kepuasan Konsumen

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka dari itu populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah berkunjung di Kober Mie Setan Jember. Ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah antara 10 sampai 20 tiap variabel bebas (Hair, 2006). Karena penelitian ini menggunakan 4 variabel bebas dan ukuran sampel yang dipilih adalah 20, maka sampel yang dapat diambil dalam penelitian

ini adalah $20 \times 4 = 80$. Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Petimbangan antara lain :

- a. Konsumen yang dijadikan responden konsumen yang sudah membeli di Kober Mie Setan Jember 3 kali.
- b. Konsumen yang sudah berusia 17 tahun keatas.

Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Menurut Prayitno (2010) uji reliabilitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukurannya diulangi dua kali atau lebih.

Analisis Regresi Linier Berganda

Prayitno (2010) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain.

$$Y = + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Uji Asumsi Klasik

Menurut Latan (2013) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji multikolinearitas merupakan pengujian dari asumsi untuk membuktikan bahwa variabel-variabel bebas dalam suatu model tidak saling berkorelasi satu dengan lainnya. uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain.

Uji Hipotesis

Uji statistik F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel bebas secara simultan (serentak) terhadap variabel terikat (Prayitno, 2010). Uji t parsial digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel

independen, apakah variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), produk (X3), dan kepercayaan (X4) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan konsumen (Y) Kober Mie Setan Jember. Menurut Prayitno (2010) koefisien determinasi (R^2) adalah data untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh langsung variabel bebas yang semakin dekat hubungannya dengan variabel terikat atau dapat dikatakan bahwa penggunaan model tersebut bisa dibenarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Kuliner Kober Mie Setan Jember

Mie kober adalah usaha kuliner yang pada awalnya berada di Kota Malang, tepatnya berada di Jalan Soekarno-Hatta Kota Malang. Bisnis kuliner yang berawal dari coba-coba atau sekedar mengisi kekosongan waktu luang, kini bisnis tersebut mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pemilik Bambang Priyadi, 50 tahun mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha di tahun 2012 bagi investor yang berminat untuk membuka usaha kuliner Kober Mie Setan di kota lain dengan bahan baku semua berasal dari Kober Mie Setan pusat (Kota Malang), fasilitas yang didapat adalah renovasi ruangan, konsep, kitchen set, alat masak, dekorasi, perizinan, kostum pegawai, dan lain-lain. Tanggal 20 Agustus 2014 Kober Mie Setan mitra Kota Jember yang terletak di Jalan Karimata No.67 Jember resmi dibuka dengan Investor (Pemilik) bernama Achmad Zain Wahyudi, 44 tahun. Lokasi usaha terletak dipusat Kota Jember yang berada di daerah kampus merupakan tempat strategis, sehingga kosumennya mayoritas kalangan mahasiswa, pelajar atau kalangan muda.

Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil analisis data yang diperoleh dari membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} sebesar 0,219. Pada hasil analisis terlihat bahwa masing-masing indikator terhadap total skor konstruk dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa hasil semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup atau memenuhi kriteria untuk

dikatakan reliabel yaitu $> 0,60$, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial dan simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS *versi* 23,0 diperoleh sebagai berikut :

$$Y = -1,048 + 0,049 X_1 + 0,417 X_2 + 0,296 X_3 + 0,160 X_4 + e$$

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dari koefisien determinasi (R^2) dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y. Hasil dari *output* SPSS dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau Adjusted R Square sebesar 0,671 atau 67,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diteliti (kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan) memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikan kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai t 3,320 $>$ 1,665 dan signifikansi 0,001 $<$ 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kober Mie Setan Jember memperhatikan variabel kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Pada Kober Mie Setan Jember faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Tingginya kualitas pelayanan yang diberikan dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harjanto (2011), Minarsih, dkk (2015), Cahyono (2015), dan Suseno (2015) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi memiliki nilai $t_{5,145} > 1,665$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh yang meliputi harga yang terjangkau, harga yang ditawarkan sesuai kualitas produk, dan harga mampu bersaing dengan pesaing mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harjanto (2011), Minarsih, dkk (2015), Cahyono (2015), dan Iriyanti dkk (2016), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi memiliki nilai $t_{2,896} > 1,665$ dan signifikansi $0,005 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh yang meliputi citra rasa, produk yang disajikan, dan tekstur produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harjanto (2011), yang menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi memiliki nilai $t_{2,054} > 1,665$ dan signifikansi $0,043 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh yang meliputi karyawan yang jujur, karyawan yang bertanggung jawab, dan mempunyai reputasi yang baik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Minarsih dkk (2015), yang

menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dengan pengujian secara statistik yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember pada pelanggan Kober Mie Setan Jember. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember pada pelanggan Kober Mie Setan Jember. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya harga yang sesuai dengan kualitas produk maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- c. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember pada pelanggan Kober Mie Setan Jember. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya produk yang berkualitas maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- d. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember pada pelanggan Kober Mie Setan Jember. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya Kepercayaan yang dapat dipercaya oleh konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.
- e. Kualitas pelayanan, harga, produk, harga, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kober Mie Setan Jember pada pelanggan Kober Mie Setan Jember.

Saran

Berdasarkan dari hasil pembahasan sebelumnya maka peneliti mengambil kesimpulan yang telah ditetapkan di atas dan memberikan beberapa saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi pemilik usaha Kober Mie Setan Jember untuk lebih mengembangkan lagi usahanya, diantaranya :

1. Kober Mie Setan Jember hendaknya dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen meningkat lebih meningkatkan kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan sehingga dengan lebih memerhatikan kualitas kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga memperoleh yang lebih baik.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk meneliti tempat-tempat lain yang mungkin mengalami permasalahan yang hampir sama dengan Kober Mie Setan tambah atau mengganti variabel independen lainnya selain kualitas pelayanan, harga, produk, dan kepercayaan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, M.J. (2006). *Assessing general education programs*. San Francisco: Anker Publishing Company Inc.
- Cahyono, Dwi. 2015. *Analisis Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Pelanggan Mie Petir Tenggarang Bondowoso*. Laporan Penelitian Tidak Dipublikasikan; Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah, Jember.
- Hair, J.F. JR., Anderson, R.E, Tatham, R.L. & Black, W.C. (2006). *Multivariate Data Analysis 6th*. Ed New Jersey : Education
- Hamdani, Rambat Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Harjanto, Ryan Nur. 2010. *Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang)*. Jurnal; Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Iriyanti, Emik, Nurul Qomariah dan Akhmad Suharto. 2016. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Depot Mie Pangsit Jember*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 2 No. 1; Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah, Jember.

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan. Erlangga, Jakarta.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Teknik dan Aplikasi*. Alfabeta, Bandung.
- Maria, Sunarsih M, Lukman Khamkin, dan Aziz Fathoni, 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pizza Hut Cabang Simpang Lima*. Jurnal Manajemen Volume 1 No. 1; Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Pandanaran, Semarang.
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid Kedua. Erlangga, Jakarta.
- Parasuraman, Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. 2007., *Reassmeant of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality*: Implications for Future Research. Journal of Marketing.
- Priyatno, Duwi. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*. Gaya Media, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Suseno, Hendi. 2015. *Kajian Berbasis Kualitas Layanan dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Cabang Sempu Banyuwangi*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol. 1 No. 1 Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah, Jember.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Andi, Yogyakarta.