

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PRESEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA EMBELIAN ES KRIM  
MIXUE DI OUTLET MERR SURABAYA**

Disusun Oleh :

**Novita Almaratus Sholikha**

Dosen Pembimbing :

**Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti,MM**

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[novitaalmaratussholikha@gmail.com](mailto:novitaalmaratussholikha@gmail.com)

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Es Krim Mixue. Dari populasi tersebut, menghasilkan sampel sebanyak 80 responden. Metode penentuan sampel dengan menggunakan sampel accidental (penentuan sampel berdasarkan kebetulan). Metode analisis penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji  $R^2$ , uji t, dan uji F dengan menggunakan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian ini, apabila dilihat dari uji t variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Es Krim Mixue di Outlet Surabaya karena nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,902 > t$  tabel 1,991, persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian Es Krim Mixue di Outlet Merr Surabaya karena nilai signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,441 > t$  tabel 1,991, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian Es Krim Mixue di Outlet Merr Surabaya. Dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai t hitung  $3,131 > t$  tabel 1,991. Sedangkan dilihat dari uji F secara simultan variabel kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Es Krim Mixue di Outlet Merr Surabaya dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,5$  dan nilai F hitung  $34,962 > F$  tabel 1,991.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*The study aims to examine the effect of product quality, price perception and service quality on consumer satisfaction in purchasing mixue ice cream at merr surabaya outlets. The independent variable in this study is the purchase decision. The population of this study were all mixue ice cream customers from this population, resulting in a sample of 80 respondents. Sampling method accidental sampling (sampling based on coincidence). The research analysis method udsed is validity test, reliability test, classical assumption, multiplane linear regression analysis,  $R^2$  test,  $t$  test and  $f$  test using SPSS version 25.*

*Based on the results of this study, when viewed from the  $t$  test the product quality variable has a significant effect on consumer satisfaction at ice cream mixue at the merr surabaya outlet because the sinificance value is  $0,005 < 0,05$  an the  $t$  count is  $2,902 > t$  table  $1,991$ , price preception has a significant effect on consumer satisfaction on mixue ice cream at merr surabaya outlets because the significance value is  $0,017 < 0,05$  and the  $t$  count value is  $2,441 > t$  table  $1,991$ , service quality has a significant effect on consumer satisfaction at mixue ice cream at merr surabaya outlets because the significance value is  $0,002 < 0,05$  and  $t$  count  $3,131 > t$  table  $1,991$ . Meanwhile, it can be seen from the simultaneous  $f$  test than the product quality, price perception and service quality variables influence consumer satisfaction at mixue ice cream at merr surabaya outlets with a significance level of  $0,000 < 0,05$  and a  $f$  count value of  $34,962 > f$  table  $1,991$*

**Keywords :** *Product Quality, Price Perception, Service Quality and Consumer Statisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Persaingan dunia bisnis saat ini sangat ketat, yang menuntut para pengusaha untuk berpikir lebih kreatif. Konsumen harus memiliki minat beli yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, presepsi harga, dan kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen. Dalam persaingan bisnis, perusahaan menggunakan beberapa cara untuk membangkitkan minat konsumen terhadap produk yang akan ditawarkan perusahaan, menciptakan dan mempertahankan pelanggan atas produk yang sedang diproduksi oleh perusahaan,

dimana perusahaan harus memiliki sebuah target pasar.

Salah satu perusahaan es krim di indonesia yang mulai merintis bisnisnya diindonsia adalah *Mixue Ice Cream & Tea*. *Mixue Ice Cream & Tea* adalah salah satu perusahaan es krim dan *tea shop* yang berasal dari China yang telah berdiri cukup lama dari mulai tahun 1997. Di indonesia sendiri *Mixue Ice Cream & Tea* telah masuk sejak tahun 2020 dan dipegang oleh PT Zhiseng Pacific Trading dan mulai memasuki wilayah terutama di Surabaya. Saat ini, mixue sedang digemari oleh

masyarakat dikarenakan memiliki cita rasa yang khas dan cara pemasaran yang menarik sehingga mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Beberapa faktor konsumen lebih memilih produk mixue dibandingkan dengan merek lain yaitu karena kemasan yang menarik, tekstur yang lembut, varian rasa yang bervariasi dan harga yang relatif terjangkau sehingga mampu meningkatkan keputusan pembelian para konsumen. Menanggapi fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti pada outlet mixue merr dikarenakan outlet tersebut terlalu ramai pengunjung.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya ?
4. Apakah kualitas produk, persepsi harga, kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya ?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dicantumkan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis :

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya
2. Pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya
4. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada outlet merr surabaya

### **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis  
Diharapkan peneliti dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan khusus bagi penulis dibidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Bagi Pemilik Usaha  
Untuk memberikan saran dan masukan agar bermanfaat bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
3. Bagi Pembaca

Agar untuk lebih banyak menambah informasi dan pemikiran serta kajian dan penelitian pada bidang manajemen pemasaran.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Hery (2019:3) manajemen pemasaran didefinisikan sebagai seni dan keahlian dalam memilih target pasar, dan mendapatkan, menjaga, mengkomunikasikan nilai pelanggan yang lebih unggul.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya. Kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang diperoleh produk secara keseluruhan.

Menurut Mariati dan Khoiri (2021) indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. *Range and type of features* (keistimewaan)
2. *Reliability or durability* (keandalan dan daya tahan)
3. *Sensory characteristics* (estetika)
4. *Ethical profile image* (kesan pelanggan)

### **Presepsi Harga**

Menurut Putra (2021) persepsi harga adalah bagaimana informasi harga dipahami sepenuhnya dan memberikan arti yang mendalam bagi konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) indikator persepsi harga adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dan kualitas produk
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada kebutuhan dan persyaratan serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Kotler (2017:65) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. *Reliability* (kehandalan)
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Assurances* (jaminan)
4. *Emphaty* (perhatian)
5. *Tangibles* (bukti fisik)

### **Kepuasan Konsumen**

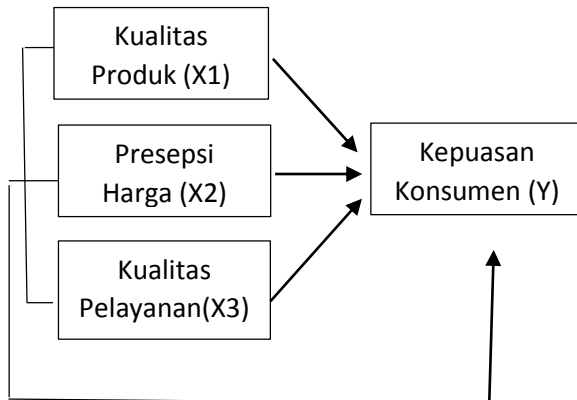
Menurut Kotler dan Keller (2017:196) kepuasan konsumen dapat diartikan bahwa perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara hasil produk yang diperikarakan terhadap hasil produk yang diharapkan.

Menurut Indrasari (2019:92) indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kesesuaian dengan harapan
2. Minat berkunjung kembali

3. Ketersediaan untuk merekomendasikan.

### Krangka Konseptual



### Hipotesis

H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya.

H2 : Presepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outelt merr surabaya.

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya.

H4 : Kualitas produk, presepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya.

### METODE PENELITIAN

#### Desain Penelitian

Desain dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah data primer. Data primer yang diperoleh dari pengisian kuisisioner yang dilakukan oleh responden yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada konsumen es krim pada outlet merr surabaya.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di JL. Dr. Ir. H. Soekarno No. 416 A, Kedung Baruk, Kec Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur 60298 dengan objek penelitian pada pembelian es krim mixue.

### Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan yang telah membeli es krim di outlet merr surabaya. Pada peneitian ini menggunakan sampling accidental dimana adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Dalam penentuan sampel menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 16 \text{ indikator} \times 5 \\ &= 80 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 80 responden.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut merupakan hasil analisis linier berganda dengan

menggunakan program SPSS versi maka diperoleh sebagai berikut :

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.956	2.403		1.230	.222
	KP	.215	.074	.247	2.902	.005
	PH	.205	.084	.293	2.441	.017
	Kpel	.195	.062	.360	3.131	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

$$Y = 2.956 + 0.215 X_1 + 0.205 X_2 + 0.195 X_3$$

### Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 <sup>a</sup>	.580	.563	2.017

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Presepsi Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil dari tabel diatas diketahui bahwa nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.562 hal ini berarti bahwa 56.3% variasi dari variabel dependent kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi dari tiga variabel independen yaitu kualitas produk, presepsi harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya

sebesar (100% - 56.3% = 43.7%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## UJI HIPOTESIS

### Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		t	Sig.
1.	(Constant)	1.230	.222
	KP	2.902	.005
	PH	2.441	.017
	KPel	3.131	.002

Berdasarkan hasil uji t yang sudah dilakukan pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel kualitas produk memiliki nilai signifikasai sebesar 0.005, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2.902 > (1.991) maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis pertama H1 : variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsmuen “diterima”.
2. Pada variabel presepsi harga memiliki nilai signifikasi sebesar 0.017, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar 2.441 > t tabel (1.991) maka variabel presepsi harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis kedua H2 : variabel

persepsi harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen “diterima”.

3. Pada variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0.002, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Sedangkan untuk t hitung didapatkan nilai sebesar  $3.131 > t$  tabel (1.1.991) maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis ketiga H3 : variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen “diterima”.

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	426.699	3	142.233	34.962	.000 <sup>b</sup>
	Residual	309.188	76	4.068		
	Total	735.888	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen  
b. Predictors : (Constant),Kpel, KP, PH

Berdasarkan tabel diatas didapatkan informasi nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung sebesar  $34.962 > F$  tabel sebesar 2.723 yang artinya variabel independen berupa kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel dependent kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan dari variabel independen yang berupa kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependent berupa kepuasan konsumen.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat maka dapat ditarik kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya. Sehingga hipotesis pertama dapat diterima.
2. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya. Sehingga hipotesis kedua dapat diterima.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya. Sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.
4. Kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pembelian es krim mixue di outlet merr surabaya. Sehingga hipotesis keempat dapat diterima.

### Saran

Pada hasil penelitian ini, muncul beberapa saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Bagi Es Krim Mixue di Outlet Merr Surabaya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa pada variabel kualitas produk merupakan sebuah variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen es krim mixue. Oleh karena itu, pemilik outlet es krim mixue disarankan agar tetap mempertahankan kualitas produk, persepsi harga dan meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menarik minat beli konsumen agar lebih banyak lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melalui penelitian ini mampu memperluas cakupan dalam penelitian seperti halnya memperluas variabel yang akan diteliti misalnya kualitas produk, promosi, dan lain-lain. Bisa juga dengan menambah populasi dan responden, menggunakan metode lain yang digunakan misalnya, melalui wawancara yang mendalam sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dan hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih detail dan baik lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

aulia, i., furyanah, a., manajemen, s., & pamulang, u. (2022).

*pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cv langit biru tangerang*. 1(2021), 136-141.

eka, d., hamdani, y., & karim, s. (2018). *Kualitas pelayanan fakultas ekonomi*. 16(2).

ekonomi,f., & manajemen,j. (2018). *pemgaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pt. Air manado the influence of product quality, price and quality of service to customer statisfaction at pt. air manado*. 6(3),1658-1667.

febrina, f d., & prabowo, r. e. (2022). *pengaruh kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada tanam coffeeshop kaligarang semarang*. 7(1), 298-306.

inpeksi, j., cibitu, k., bekasi,k., & barat, j. (n.d.). *pengaruh kualitas produk, harga, dan digital marketing terhadap produk ms glow beauty terlaris di berbagai macam produk kosmetik di kosmetik untuk konsumen wanita manapun*. 5(2), 135-145.

keputusan, t., kartu, p., internet, p., bayu, i., wayan, n., mitariani, e., imbayani, i.g. a., ekonomi, f., & denpasar, u. m. (2018). *penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan*



*pembelian pada pelanggan di gallery smartfren jalan pulau kawo no. 03 denpasar. penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya peningkatan penjualan yang terjadi selama 1 tahun terakhir pada tahun 2017-2018. 31-42.*

kimkuri, w., & si, m. (2021). *sekolah tinggi ilmu ekonomi port numbay jayapura ejurnal . stie-portnumbay . ac . id pembelian kendaraan bermotor yamaha mio pada pt . hasjrat abadi kota jayapura jurnal ekonomi & bisnis sekolah tinggi ilmu ekonomi port numbay jayapura. 11, 8-16.*

komputer,j. i., & jikem, m. (2022). *jurnal ilmu komputer, ekonomi dan manajemen (jkem). 2(1), 923-926.*

konsumen, k., gacoan, m., pebriantika, d. t., pitriyani, u., & sulaeman, e. (2022). *Pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap. 7(3), 255-263.*

lesmana, r. (2017). *pelayanan terhadap kepuasan konsumen pt. radekatama piranti nusa berikut ini data penjualan pt. radekatama piranti nusa tahun 2013 dibawah ini : data jumlah penjualan jumlah keluhan pelanggan tahun 2013-2017 jenis keluhan / complaint*

*tahun ketepata. 2(2), 115-129.*

mariansyah, a., darma, u. b., syarif, a., & darma, u. b. (2020). *pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. 3(2), 134-146.*

putra, r., manajemen, m. D., harga, p., produk, k., & produk, k. (2021). *determinasi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap kualitas produk, citra merek dan persepsi harga ( literature review manajemen pemasaran). 2(4), 516-524.*