

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik)

Zumro Indah Nahdiyah ⁽¹⁾, Rezza Vitriya ⁽²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik Jl. KH. Abdul

Karim No. 60 Gresik

nahdiyahindah@gmail.com ⁽¹⁾

rezzavitriya@stienugresik.ac.id ⁽²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Objek penelitian ini adalah pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. Sebanyak 95 data berhasil dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan teknik *non-probability sampling* menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan aplikasi uji statistik versi 20. Hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan, sedangkan kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan. Pada pengujian uji F menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan.

Kata kunci: citra merek; kualitas produk; harga; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of brand image, product quality, price and service quality on customer satisfaction. The object of this study is the customer of Lapis Kukus Pahlawan in Store Noer Raya Gresik. A total of 95 data were collected using questionnaires with non-probability sampling technique using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis method with statistical test application version 20. T-test results showed that brand image, price, and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan, while product quality does not have a significant effect on customer satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan. The result of f Test shows that brand image, product quality, price, and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction of Lapis Kukus Pahlawan.

Keywords: brand image; product quality; price; service quality; customer satisfaction

PENDAHULUAN

Salah satu perusahaan dengan pertumbuhan tercepat dan paling kompetitif saat ini adalah di bidang kuliner, tercatat pada Kementerian Perindustrian (Kemenperin) industri makanan dan minuman berpeluang tumbuh sebesar 3,57%, dengan pangsa produk domestik bruto (PDB) terbesar pada industri nonmigas sebesar 38,69% pada Q3 2022 (kemenperin.co.id, 2022). Fenomena bisnis kuliner saat ini sangatlah beragam, salah satunya adalah bisnis produk kue. Oleh karena itu, para pebisnis kue ditantang untuk menyusun strategi yang dapat mewujudkan hal tersebut mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan guna meningkatkan daya saing dan lebih unggul dari pesaing.

Surabaya yang menempati posisi sebagai kota terbesar kedua di Indonesia, memiliki beragam tempat wisata menarik dan menyajikan berbagai jenis oleh-oleh khas yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Salah satu contoh produk Surabaya adalah kue basah yaitu Lapis Kukus Pahlawan Surabaya menjadi kue paling populer di Surabaya, bahkan di luar kota. Lapis Kukus Pahlawan berdiri pada tahun 2016 yang di produksi oleh PT. Agronesia Raya dengan tersedia 11 varian rasa diantaranya Original dan Choco Pandan sebagai varian rekomendasi dan produk selain kue lapis kukus yaitu Almond Tart dan Chiffon Cake. Selain itu produk yang ditawarkan memiliki harga yang terjangkau untuk semua kalangan dan memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan perusahaan dengan produk sejenis.

Demi mencapai target pasar yang

sesuai dengan preferensi masyarakat, perusahaan perlu memberikan produk dan layanan yang memenuhi harapan konsumen. Memberikan kepuasan kepada konsumen dan membangun loyalitas pelanggan menjadi kunci dalam mencapai hal tersebut. Ketika konsumen merasa puas dengan nilai yang diberikan, ada kemungkinan besar bahwa mereka akan menjadi pelanggan setia dalam jangka panjang. Informasi mengenai citra merek, harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan menjadi sangat penting bagi pelanggan dalam pengambilan keputusan mereka.

Citra merek, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan menjadi kunci utama dalam penelitian ini untuk menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan tercipta jika tingkat kesesuaian antara produk atau jasa yang diharapkan dengan realitas yang diterima mencapai tingkat yang memuaskan. Dalam hal ini perusahaan perlu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen agar mereka bersedia membeli produk yang dipasarkan. Perusahaan juga harus menentukan strategi yang tepat untuk bersaing dengan perusahaan lain, sehingga tidak tertinggal dan dapat meningkatkan daya beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik)".

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Pemasaran

Menurut Indrasari (2019), Pemasaran adalah suatu Kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana suatu organisasi atau lembaga yang bergerak dalam usaha memenuhi permintaan pasar dengan menciptakan produk yang layak dijual, menetapkan harga, dan mengkomunikasikan, menawarkan, dan menukar tawaran nilai kepada konsumen, mitra dan masyarakat.

Citra Merek

Menurut Indrasari (2019), Citra merek adalah hubungan yang timbul dalam pikiran konsumen ketika mereka memikirkan suatu merek khusus. Hubungan ini dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau gambaran tertentu yang terkait dengan merek tersebut.

Kualitas Produk

Menurut Daga (2017), Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan penggunaan, kemudahan perbaikan, dan fitur berharga lainnya.

Harga

Menurut Kotler (dalam Satriadi, dkk. 2021) Harga, dalam konteks yang lebih spesifik, merupakan jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih umum, harga mencakup total nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Kualitas Pelayanan

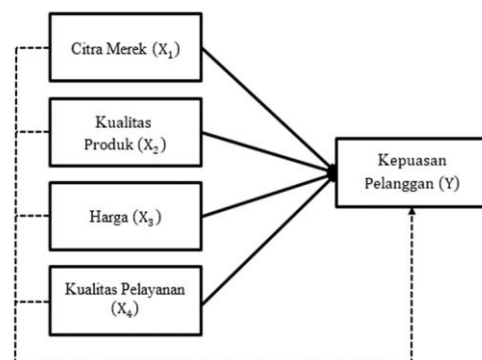
Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Indrasari, 2019), kualitas pelayanan adalah keseluruhan keistimewaan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang secara langsung atau tidak langsung mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (dalam Erina Alimin, dkk. 2022), menjelaskan bahwa perasaan senang atau kekecewaan seseorang berasal dari perbandingan antara harapan yang dimilikinya dan realitas yang diwujudkan terkait dengan kinerja suatu produk.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual pada penelitian ini dicantumkan pada gambar berikut:



Keterangan :
 —————> : Pengaruh Secara Parsial
 —————> : Pengaruh Secara Simultan

Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Priadana dan Sunarsi (2021),

penelitian yang berfokus pada mengukur dan menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel yang berbeda, tanpa memperhatikan prosesnya, dianggap berada dalam kerangka bebas nilai.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Lapis Kukus Pahlawan. Sedangkan, sumber data sekunder yang digunakan berasal dari sumber internal dan eksternal perusahaan pada toko Noer Raya.

Populasi dan Sampel

Penelitian dilakukan pada Mitra Lapis Kukus Pahlawan Toko Noer Raya Gresik, di Jalan Kalimantan No. 57 GKB, Gresik. Populasi yang ditentukan sebanyak 2.032 diambil berdasarkan data transaksi pelanggan Lapis Kukus Pahlawan selama 1 tahun pada tahun 2022. Sebanyak 95 responden menjadi sampel dalam penelitian ini, yang dipilih berdasarkan penerapan rumus *slovin*, dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel penelitian

N : Jumlah populasi

e : Error atau kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

Nilai e = 0,1 (10%)

$$n = \frac{2.032}{1 + 2.032 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.032}{21,32}$$

$$n = 95,3$$

Maka dibulatkan sampel sebanyak 95 responden

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penyampaian sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden sebagai bagian dari proses penelitian. (Sugiyono dalam Purwanto, 2018). Kuesioner dibagikan secara langsung dalam bentuk *hardcopy* maupun dalam bentuk *google form* untuk pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan pada penelitian ini dijelaskan secara bertahap yaitu sebagai berikut:

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Menurut (Kurniawan dan Puspitaningtyas, 2016:97), Uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk menentukan sejauh mana suatu item pertanyaan cocok atau tepat dalam mengukur variabel yang sedang menjadi fokus penelitian.

Hasil pengujian instrumen validitas menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk setiap pernyataan dari semua variabel adalah lebih besar dari r-tabel yaitu 0,199. Dengan demikian, semua variabel dalam kuesioner dinyatakan valid yang dapat disajikan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Ket.
----------	------------	----------	---------	------

Citra Merek (X1)	X1.1	0.714	0.199	Valid
	X1.2	0.759		
	X1.3	0.718		
	X1.4	0.811		
	X1.5	0.643		
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.689	0.199	Valid
	X2.2	0.812		
	X2.3	0.759		
	X2.4	0.731		
	X2.5	0.616		
Harga (X3)	X3.1	0.658	0.199	Valid
	X3.2	0.684		
	X3.3	0.715		
	X3.4	0.691		
	X3.5	0.709		
Kualitas Pelayanan (X4)	X4.1	0.759	0.199	Valid
	X4.2	0.894		
	X4.3	0.880		
	X4.4	0.819		
	X4.5	0.698		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.788	0.199	Valid
	Y.2	0.863		
	Y.3	0.757		
	Y.4	0.795		
	Y.5	0.807		

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Uji Reliabilitas

Menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas, (2016:97), uji reliabilitas merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan untuk menentukan tingkat kehandalan atau kepercayaan suatu item pertanyaan ketika mengukur variabel yang sedang diteliti.

Pada hasil pengujian instrumen reliabilitas pada variabel dependen dan independen mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dapa dapat disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Kritis	Cronbach's Alpha	Ket.
Citra Merek	0.60	0.781	Reliabel
Kualitas Produk		0.765	
Harga		0.714	
Kualitas Pelayanan		0.866	
Kepuasan Pelanggan		0.859	

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada hasil *Uji Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan untuk uji normalitas pada penelitian ini, dan menunjukkan bahwa nilai *unstandardized residual* signifikan lebih besar dari 0,05 yaitu (0,666 > 0,05) sehingga menunjukkan data penelitian ini memiliki model regresi yang sesuai digunakan untuk memenuhi asumsi normalitas yang dapat disajikan pada Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	1.39924588
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.074
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.727
Asymp. Sig. (2-tailed)		.666

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Uji Multikolinearitas

Dari hasil uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian ini karena nilai VIF seluruh variabel kurang dari 10. Hal ini disajikan pada Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Citra Merek	.745	1.343
Kualitas Produk	.565	1.769
Harga	.661	1.512
Kualitas Pelayanan	.720	1.389

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Uji Heteroskedastisitas

Pada hasil pengujian heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji *Rank-Spearman* diketahui bahwa i seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas yang dapat disajikan pada tabel 5 berikut:

Tabel 5
Uji Heterokedastisitas

Spearman's rho	Correlations					
	Citra Merek	Kualitas Produk	Harga	Kualitas Pelayanan	Unstandardized Residual	
Citra Merek	Correlation Coefficient	1.000	.433**	.421	.294**	.054
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.004	.601
	N	95	95	95	95	95
Kualitas Produk	Correlation Coefficient	.433**	1.000	.506**	.490	.044**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.674
	N	95	95	95	95	95
Harga	Correlation Coefficient	.421**	.506**	1.000**	.347**	.063**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.001	.543
	N	95	95	95	95	95
Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	.294**	.490**	.347**	1.000**	.041**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.001	.	.692
	N	95	95	95	95	95
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.054	.044	.063	.041	1.000
	Sig. (2-tailed)	.601	.674	.543	.692	.
	N	95	95	95	95	95

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui model regresi dari kelima variabel dapat disajikan pada Tabel 6 yaitu sebagai berikut:

$$Y = -0.017 + 0.238X_1 + 0.148X_2 + 0.268X_3 + 0.340X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

a = Konstanta

b₁ b₂ b₃ b₄ = Koefisien Regresi

X₁ X₂ X₃ X₄ = Variabel Bebas (Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan)

e = Standart Error

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.017	2.117			-.008	.994
Citra Merek	.238	.085	.230		2.788	.006
Kualitas Produk	.148	.091	.153		1.619	.109
Harga	.268	.096	.243		2.778	.007
Kualitas Pelayanan	.340	.082	.349		4.156	.000

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan uji parsial, terlihat bahwa nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel, yaitu 2,788 > 1,662. Selain itu, nilai signifikansi adalah 0,006, yang lebih rendah daripada tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H₁ dapat diterima, sementara H₀ ditolak. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji parsial, ditemukan bahwa nilai t-hitung lebih kecil daripada nilai t-tabel, yakni 1,619 < 1,662, dan nilai signifikansi sebesar

0,109 yang lebih besar 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H_2 harus ditolak sementara H_0 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk tidak memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji parsial, ditemukan bahwa nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel, yakni $2,778 > 1,662$, dan nilai signifikansi sebesar 0,007 yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H_3 dapat diterima sementara H_0 ditolak. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan uji parsial, ditemukan bahwa nilai t-hitung melebihi nilai t-tabel, yakni $4,156 > 1,662$, dan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah daripada 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H_4 dapat diterima sementara H_0 ditolak. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan, didapatkan nilai f-hitung sebesar 26,852, yang lebih tinggi daripada nilai f-tabel sebesar 2,01, yakni $26,852 > 2,01$.

Selain itu, nilai signifikansi adalah sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. yang dapat disajikan pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8
Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	219.643	4	54.911	26.852	.000 ^b
	Residual	184.042	90	2.045		
	Total	403.684	94			

Sumber: data primer yang diolah, 2023

Koefisien Determinan Berganda (Uji R²)

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan nilai R sebesar 0,738 menunjukkan korelasi ganda (Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan) terhadap Kepuasan Pelanggan dan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 52,4% dan sisanya 47,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang dapat disajikan pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9
Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.524	1.43000

Sumber: data primer yang diolah, 2023

PEMBAHASAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial Lapis Kukus Pahlawan Toko Noer Raya Gresik. Lapis Kukus Pahlawan memiliki keunggulan dari segi citra merek, dimana produknya sudah sangat dikenal sebagai oleh-oleh khas kota Surabaya, maka diharapkan bagi para perusahaan dagang untuk terus menjaga eksistensi dan keutuhan produknya. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yaitu Efendi dkk. (2020) yang telah membuktikan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis data membuktikan bahwa Kualitas Produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. Merek Lapis Kukus Pahlawan telah dikenal sebagai oleh-oleh khas Kota Surabaya, hal ini menjadikan pelanggan tidak mempertimbangkan kualitas produk Lapis Kukus Pahlawan sebagai dasar pembelian sehingga variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh secara signifikan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Izuddin dan Muhsin (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lain yang dilakukan Mariansyah dan Syarif (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, Penelitian yang dilakukan oleh Tandra dkk, (2021) yang telah membuktikan bahwa kualitas produk tidak pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis data membuktikan

bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin efektif strategi penetapan harga Lapis Kukus Pahlawan yang diterapkan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yaitu Santoso (2021) yang telah membuktikan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis data membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas dan kinerja karyawan Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik, maka semakin besar pula minat pelanggan untuk datang berkunjung dan berbelanja Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yaitu Budiono (2020) yang telah membuktikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi penting terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil analisis data membuktikan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik. Citra merek, kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan merupakan hal penting yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Faktor inilah yang digunakan secara langsung oleh pelanggan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Pelanggan tidak hanya akan memperhatikan satu faktor saja tetapi akan melihat citra merek yang baik, kualitas produk secara keseluruhan, harga yang kompetitif, bahkan dari kualitas pelayanan juga diperhatikan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel Citra Merek (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.
2. Variabel Kualitas Produk (X2) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.
3. Variabel Harga (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.
4. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.
5. Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Lapis Kukus Pahlawan di Toko Noer Raya Gresik.

Saran

1. Bagi pihak pengelola Lapis Kukus Pahlawan, dengan adanya penelitian ini dapat menjaga dan mempertahankan citra merek yang sudah dibangun sampai saat ini. Selain itu, pengelola juga harus memperhatikan variabel harga dan kualitas pelayanan, maka harga yang diberikan pengelola pada Lapis Kukus Pahlawan sebaiknya diperhatikan, harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat dan diimbangi dengan kualitas yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan.
2. Bagi pihak pengelola Toko Noer Raya, dengan adanya penelitian ini dapat menjaga citra merek yang baik dari Lapis Kukus Pahlawan dan Menciptakan kepuasan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan lebih banyak variabel lain seperti lokasi, distribusi, promosi, atau bauran pemasaran lainnya yang tidak ada pada penelitian ini dan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya, peneliti bisa menambahkan variabel Brand Ambassador dari Lapis Kukus Pahlawan dan meneliti di cabang outlet lainnya maupun objek lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, Erina, dkk. (2022). Manajemen Pemasaran. (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern). Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL) (Vol. 5, Issue 3).
- Andalusi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Instrumen Penunjang Laboratorium (Studi Kasus Pada PT. Laborindo Sarana Jakarta). JURNAL

- MADANI: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora, Vol. 1, No, 305–322.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 17(02), 1–15.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: Global Research And Consulting Institute.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate: dengan Program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Izuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. 6(1), 72–78.
- Kemenperin.go.id, 2022, Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022. <https://kemenperin.go.id>, diakses pada 11 November 2022.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. Tangerang: Pascal Books Redaksi.
- Santoso, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya di Toko Rania) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 10, 1–16.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). Manajemen Pemasaran. Samudra Biru.
- Tandra, M. M., Lumanauw, B., & Rogi, M. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 9(4), 1476–1484