

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen merupakan *grand theory* perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah bidang ilmiah yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam melakukan pemilihan, membeli, menggunakan, dan memanfaatkan produk, layanan, ide, dan pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka². Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan suatu produk (hasil) dengan harapan orang tersebut. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas³.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Menurut Zeithaml dan Bitner (1996), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain faktor kualitas, produk, kualitas layanan, faktor harga, faktor emosional, faktor pribadi, dan faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah kualitas pelayanan. Konsumen yang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tentu akan membandingkan harapannya dengan kinerja konsumen sebenarnya. Konsumen yang merasa benar-benar puas

² Edwin Zusrony., “*Perilaku Konsumen di Era Moderen*,” (Semarang: Yayasan Prima Agus Tenik, t.t.), hlm.92.

³ Edwin Zusrony., “*Perilaku Konsumen di Era Moderen*,” (Semarang: Yayasan Prima Agus Tenik, t.t.), hlm.92.

kemungkinan besar akan membeli lagi dan mendorong orang lain untuk membeli dari perusahaan yang sama. Oleh karena itu, para usaha perlu mulai berpikir lebih matang mengenai pentingnya pelayanan pelanggan melalui kualitas pelayanan, karena pelayanan semakin diakui sebagai aspek kunci dalam mempertahankan bisnis dan memenangkan persaingan⁴.

Persepsi harga adalah penilaian konsumen mengenai apakah harga yang ditawarkan oleh penjual atau harga tersebut dibandingkan dengan pihak lain dan bentuk emosional yang terkait telah ditetapkan. mempunyai justifikasi yang memadai atau dapat diterima⁵. Oleh karena itu, hal pertama yang menjadi minat atau daya tarik konsumen adalah seberapa besar nilai yang akan mereka keluarkan untuk memperoleh produk yang ditawarkan.

Selain persepsi harga, cita rasa juga menjadi faktor yang sangat penting dalam perusahaan kuliner. Menurut, Drummond & Brefere mengartikan bahwa cara pemilihan minuman/makanan dapat dibedakan dari cita rasa minuman/makanan dan bergantung pada selera. Cita rasa merupakan ciri yang terdiri dari kenampakan, rasa, bau, tekstur, dan suhu, serta lima jenis indra manusia yang dapat dibentuk melalui interaksi⁶. Oleh karena itu, rasa ini dapat menimbulkan nilai kepuasan bagi konsumen jika apa yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan.

⁴ Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valarie A. *Services Marketing*. (1996). Edisi 1. Boston.

⁵ Edwin Zusrony., “*Perilaku Konsumen di Era Moderen*,” (Semarang: Yayasan Prima Agus Tenik, t.t.), hlm.92.

⁶ Siti, Maimunah., “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen*,” (Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.), hlm.58.

Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy adalah suatu usaha UMKM yang bergerak dibidang kuliner minuman, dengan menjual aneka jenis minuman jus buah dan sup buah yang segar. Pemilik dari usaha ini yaitu Ibu Sri yang bertempat tinggal di Indro, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Berdirinya usaha jus buah & sup buah ini berawal dari Ibu Sri yang merupakan karyawan dari sebuah usaha jus buah yang berada di alun-alun Gresik. Setelah 3 tahun menjadi karyawan Ibu Sri terinspirasi dan memutuskan untuk membuka usaha sendiri karena sudah memiliki modal untuk membuka usah dan berkat ilmu serta pengalaman selama bekerja sebagai karyawan jus buah. Tahun berdirinya usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy berdiri pada tahun 2011. Awalnya Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy pertama kali didirikan berlokasi di Gresik Kota Baru (GKB), seiring berjalanya waktu usaha ini berpindah tempat ke Desa Duduksampeyan pada tahun 2016 dan masih bertahan hingga saat ini⁷.

Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy menyediakan beberapa varian buah sebagai bahan olahan menjadi jus buah dan sup buah, seperti buah semangka, naga, alpukat, melon, manga, nanas, sirsak, wortel, tomat dll. Jus buah biasanya dibuat dari satu jenis buah saja namun di usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy menyediakan menu *mix* atau campuran buah seperti dari berbagai jenis buah atau bahan penambah lainnya yang diinginkan oleh konsumen, untuk campuran sup buah dengan menambahkan nata decoco, agar-agar dan selasih. Buah-buahan yang diproduksi untuk bahan utama berasal dari buah yang

⁷ Sri., Wawancara., 22 Oktober 2023.

berkualitas dan sebelum berjualan akan memilih buah yang bagus agar jus buah yang berkualitas.

Gambar 1.1

Foto Lokasi Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy



Sumber: Foto Lokasi Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy 2023.

Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy memiliki keunikan dan keunggulan dibandingkan Jus buah lainnya. Keunikan dan keunggulan yang dimiliki Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy seperti dari tekstur jus buahnya sangat halus dan memiliki macam-macam jenis jus buah walaupun dengan harga yang terjangkau. Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy menggunakan gula asli tanpa pemanis buatan. Jus buah biasanya dikemas dalam cup tetapi di Jus Buah Segar & Sup Buah Sindy menggunakan kemasan plastik es yang besar berbentuk persegi panjang untuk menarik penjualan. Selain itu, fasilitas halaman yang lebih luas

dibandingkan pesaing. Berdasarkan prasurvey yang dilakukan oleh penulis dengan wawancara bersama dengan konsumen yang membeli Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy bahwa ia lebih memilih untuk membeli Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy dibandingkan jus buah lainnya karena kualitas pelayanan yang diberikan penjual kepada konsumen membuat para konsumen merasa puas, dengan memberikan harga yang terjangkau dan mendapatkan produk melimpah dengan kemasan yang unik membuat konsumen ingin melakukan pembelian berulang. Tidak hanya harga yang membuat konsumen tertarik namun cita rasa yang dimiliki oleh Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy berbeda dengan jus buah lainnya karena menggunakan gula asli tanpa pemanis buatan akan memiliki cita rasa yang khas bagi produk Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy tersebut⁸.

Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy merupakan usaha yang termasuk tingkat penjualan yang sangat tinggi dibandingkan jus buah lainnya dengan mempertahankan keunggulannya dan menggunakan taktik pemasaran yang menarik. Dapat ditinjau dari kualitas pelayanan dapat melayani konsumen dengan ramah, memberikan harga yang terjangkau dan memiliki cita rasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen⁹. Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy merupakan usaha yang dibangun pada tahun 2011 hingga saat ini. Sasaran usaha ini yaitu dari anak-anak hingga orang tua, karena harga yang mereka sajikan terjangkau. Dari banyaknya pesaing jus buah yang ada Jus Buah Segar & Sup

⁸ Rosa Lina., Wawancara., 15 Oktober 2023.

⁹ Mugi Rahayu Restu Ningsih, Retno Susanti dan Sumaryanto. “Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, (September 2022, 22, no3). hlm.282.

Buah Sendy yang berada di desa Duduksampeyan merupakan usaha yang memiliki pendapatan yang selalu meningkat setiap tahunnya. Dapat dilihat dari omzet atau pendapatan yang sangat bagus. Berikut ini adalah data pendapatan bersih Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.

Tabel 1.1

Data Pendapatan Bersih “Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy”

Tahun 2018-2022

Tahun	Pendapatan Bersih
2018	Rp. 43.400.000,-
2019	Rp. 40.600.000,-
2020	Rp. 39.200.000,-
2021	Rp.42.500.000,-
2022	Rp. 44.900.000,-

Sumber: Ibu Sri pemilik Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.

Berdasarkan tabel diatas merupakan hasil dari pendapan bersih Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy dari tahun 2018 sampai 2022. Dapat dilihat dari tahun 2018 pendapatan bersih yang dihasilkan sebesar Rp. 43.400.000. Pada tahun 2019 sampai 2020 pendapatan bersih yang diterima oleh Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy mengalami penurunan karena adanya pandemi Covid-19, namun setelah tidak ada pandemi Covid-19 penjualan Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy semakin meningkat. Maka dari itu, pendapatan yang diterima oleh Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy mengalami kenaikan dapat dilihat dari tahun 2021 pendapatan bersih yang dihasilkan sebesar Rp. 42.500.000 dan pada tahun 2022 memiliki peningkatan pendapatan yang tertinggi sebesar Rp. 44.900.000.

Alasan memilih tempat penelitian di Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Di antara banyaknya usaha minuman yang ada di Desa Duduksampeyan, walaupun Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy termasuk usaha tergolong bisnis lama dan banyaknya pesaing seharusnya bisnis tersebut mengalami penurunan namun, Jus Buah Segar Sendy mampu memperoleh pendapatan yang meningkat. Usaha ini dikatakan sudah berhasil dalam meningkatkan kepuasan konsumen dibuktikan dengan meningkatnya penjualan setiap tahun dan minat konsumen yang tinggi.

Usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy memiliki kesamaan dengan pesaing, yaitu dengan mempunyai tempat penjualan yang strategis. Sedangkan Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy lebih diminati konsumen karena memiliki kualitas rasa yang khas berbeda dari pesaing. Namun demikian, penelitian ini perlu dilakukan agar dapat digunakan sebagai pembelajaran bagi usaha-usaha sejenis atau referensi supaya para pengusaha dapat membentuk kepuasan konsumen dan akan meningkatkan penjualan.

Jus buah dan sup buah adalah minuman yang berasal dari buah-buahan. Banyaknya usaha minuman atau usaha sejenis yang bermunculan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Seharusnya, semakin banyaknya pesaing Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy akan sulit untuk berkembang dan mengalami penurunan penjualan. Namun realitanya, Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy tetap mampu bersaing dalam melakukan penjualan dan bahkan mendapatkan keuntungan yang terus meningkat setiap tahunnya.

Dengan demikian maka Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy layak untuk diteliti. Keberhasilan penjualan Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy diduduksampeyan tidak luput dari kepuasan konsume yang pernah melakukan pembelian dilokasi tersebut. Selain itu, terdapat beberapa faktor penunjang keberhasilan terutama kualitas pelayana, persepsi harga dan cita rasa. Seperti penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Nada Lina Hanim dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dipengaruhi secara simultan oleh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Cita Rasa¹⁰. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yomitha Gracesela Notanubun dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Ice Cream and Tea Di Semolowaru Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen dipengaruhi secara simultan oleh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan¹¹.

Berdasarkan uraian realita diatas, peneliti tertarik ingin mengkaji tentang pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada produk minuman jus buah & sup buah. Harapanya, penelitian ini dapat menjadi contoh usaha sejenis supaya memperhatikan kepuasan

¹⁰ Nada Lina Hanim “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan,*” Universitas of Islam Malang, (2022). hlm.67.

¹¹ Yomitha Gracesela, Notanubun. “*Pengaruh Cita Rasa, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mixue Ice Cream and Tea Di Semolowaru Surabaya.*” Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, (2022) T.T.

konsumen dalam menawarkan produknya sehingga kepuasan konsumen bisa meningkat dan berhasil. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JUS BUAH SEGAR & SUP BUAH SENDY”**.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan upaya untuk mendefinisikan masalah dan upaya tersebut dapat dijadikan langkah awal penelitian. Berdasarkan pada latar belakang di atas maka masalah-masalah yang diidentifikasi adalah:

1. Faktor kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
2. Kualitas pelayanan menjadi salah satu peran penting terhadap kepuasan konsumen pada usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy, namun demikian kurangnya respon pelayanan terhadap keluhan konsumen dapat menjadikan masalah bagi usaha tersebut. Dengan demikian kita perlu memperhatikan atau merespon konsumen dengan baik sebagai upaya menumbuhkan kepuasan konsumen. Apabila harapan konsumen mengenai suatu kualitas pelayanan yang sesuai, maka konsumen akan merasa puas dan akan membeli kembali.
3. Persepsi harga merupakan bahan pertimbangan yang penting bagi konsumen dalam membeli sebuah produk. Namun, demikian persepsi harga masih termasuk dalam kategori relatif. Karena ada beberapa konsumen yang menganggap harga produk lebih tinggi dibandingkan pesaing. Dengan demikian Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy mempertahankan kepuasan

konsumen dengan menjaga kualitas produk dan memiliki harga yang tepat agar meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Cita rasa juga menjadi faktor penting dalam pertimbangan konsumen, namun demikian kurangnya cita rasa terhadap produk dapat menjadikan masalah bagi usaha. Dengan demikian usaha perlu mempunyai cita rasa yang khas, karena rasa yang enak dapat tertanam kuat di benak konsumen dan akan menciptakan kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy?
4. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Sagar & Sup Buah Sendy.
2. Untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.
3. Untuk mengkaji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.

4. Untuk mengkaji pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Kegunaan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Cita Rasa terhadap Kepuasan konsumen Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy” adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berfungsi untuk memberikan khasanah ilmu pengetahuan pada mata kuliah kewirausahaan dan manajemen strategi bisnis serta menjadi sumber referensi pada penelitian selanjutnya yang berhubungan tentang pengaruh kualitas, persepsi harga dan cita rasa.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pemilik Usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy

Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dalam meningkatkan kepuasan konsumen dari usaha Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.

- b. Masyarakat atau Calon Pelaku Usaha Sejenis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pembelajaran atau referensi bagi usaha-usaha sejenis supaya kepuasan konsumen akan meningkat.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan

1. Ruang Lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini berfokus pada variabel X (*independen*) terhadap variabel Y (*dependent*). Variabel (X_1) kualitas pelayanan, (X_2) persepsi harga, dan (X_3) cita rasa.

2. Keterbatasan

Keterbatasan digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah yang bertujuan agar penelitian tersebut lebih terarah dan mempermudah dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai dengan baik. Adapun batas masalah dengan penelitian ini yaitu:

- a. Penelitian ini hanya dilakukan dengan mengambil responden yang merupakan pembeli Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy.
- b. Terdapat banyak variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, tetapi penelitian hanya mengambil variabel kualitas pelayanan, persepsi harga, dan cita rasa.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual merupakan batasan terhadap masalah-masalah variabel yang dijadikan pedoman dalam penelitian sehingga akan memudahkan di lapangan.

a. Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa dalam diri seseorang setelah membandingkan persepsi atau kesan terhadap kinerja hasil produk dan harapan¹². Kepuasan bertahan dalam situasi persaingan yang semakin sulit dalam dunia bisnis. Konsumen menghargai kualitas barang dan jasa diperoleh dari barang yang dibeli¹³.

b. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono kualitas pelayanan adalah hasil akhir dari perbandingan antara pelayanan Jus Buah Segar & Sup Buah Sendy yang diharapkan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan yang sesuai¹⁴.

c. Persepsi Harga

Menurut Pardede persepsi harga adalah penilaian setiap konsumen terhadap barang dan jasa yang diterima tidaklah sama, hal ini dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Persepsi harga konsumen dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk¹⁵.

¹² Chayatul Jannah, dan Lutfi Alhazami. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas." *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*. 029–045 (Oktober 2022, 1, no.2). hlm.33.

¹³ Lalu Gagarin, Akhmad Saufi, dan Handry Sudiarta. "Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok.", *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, (September 2023, 2, no.3). hlm.223-239.

¹⁴ Dedy Tri Rahardjo, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Setan Di Surabaya", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Agustus 2022, 11, no.8). hlm.6.

¹⁵ Refian Kurnia Rustiawan "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Perusahaan Smooth Cheese Tea Tasikmalaya)." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 1, no. 3 (27 September 2022). hal.278.

d. Cita Rasa

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan atau minuman yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan atau minuman tersebut¹⁶. Cita rasa suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan atau minuman yang dirasakan di mulut¹⁷.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu atribut, karakteristik, atau nilai dari seseorang, objek, atau aktivitas yang memperlihatkan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya¹⁸.

a. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen suatu kondisi diaman kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa dicocokkan atau dipuaskan dengan tampilan produk atau jasa tersebut.

Indikator Kepuasan Konsumen¹⁹:

1. Menciptakan citra merek.
2. Melakukan pembelian berulang.
3. Merekomendasikan kepada orang lain.

¹⁶ Andrew Wincott Suherman, dan Charly Hongdiyanto. “Pengaruh Promosi, Cita Rasa, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo.” *Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Agustus 2020, 5, no.3) 233–41. hlm.236.

¹⁷ Gagarin, Saufi, dan Sudiarta, “Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok,” hlm.226.

¹⁸ Mugi Rahayu Restu Ningsih, Retno Susanti dan Sumaryanto. “Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, (September 2022, 22, no3). hlm.288.

¹⁹ Muhammad Ali Aqsa. “Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Air Hitam 4 Pekanbaru.” *Ekonomi dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, (27 Desember 2021, 12, no.4) 55–69. hlm.404.

4. Menciptakan keputusan pembeli.

5. Perasaan setelah membeli.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan konsumen setelah mengevaluasi suatu produk atau jasa dan membandingkan manfaat yang diharapkan konsumen.

Indikator Kualitas Pelayanan (X_1)²⁰:

1. Kendala (*Reliability*).

2. Daya tanggap (*Responsiveness*).

3. Jaminan atau kepastian (*Assurance*).

4. Empati (*Empathy*).

5. Bukti fisik (*Tangibles*).

c. Persepsi Harga

Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dapat dipahami sepenuhnya dan memberikan informasi harga kepada konsumen.

Indikator Persepsi Harga (X_2)²¹:

1. Keterjangkauan persepsi harga.

2. Kesesuaian persepsi harga dengan kualitas produk.

3. Daya saing persepsi harga.

²⁰ Muhammad Ali Aqsa. "Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Air Hitam 4 Pekanbaru." *Ekonomi dan Bisnis (Riau Economics and Business Review)*, (27 Desember 2021, 12, no.4) 55–69. hlm.403.

²¹ Chayatul Jannah, dan Lutfi Alhazami. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas." *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*. 029–045 (Oktober 2022, 1, no.2). hlm.32.

4. Kesesuaian persepsi harga dengan manfaat.
5. Persepsi harga mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan.

d. Cita Rasa

Cita rasa merupakan salah satu mengidentifikasi dan membedakan minuman berdasarkan rasa.

Indikator Cita Rasa (X_3)²²:

1. Tampilan (Penampakan).
2. Aroma (Bau).
3. Rasa.
4. Tekstur.
5. Suhu (Temperatur).

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini, penelitian menggunakan pedoman skripsi dari Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang terdiri dari enam bab maka dari itu peneliti menerapkan sistematika kepenulisan memuat tentang keseluruhan isi penelitian meliputi bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir sesuai dengan buku pedoman skripsi dari UIN Satu Tulungagung.

²² Mugi Rahayu Restu Ningsih, Retno Susanti dan Sumaryanto. "Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi Sharing Karanganyar" Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, (September 2022, 22, no3). hlm.284.

a. Bagian Awal

Bagian awal skripsi meliputi sampul depan, halaman sampul dalam, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman daftar isi, halaman daftar table, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran dan halaman abstrak.

b. Bagian Utama

Bagian utama skripsi ini merupakan bagian isi dari penelitian yang terdiri dari beberapa subab yaitu:

Bab I: Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan, definisi operasional dan sistematika penulisi skripsi.

Bab II: Landasan Teori yang terdiri dari kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, persepsi harga dan cita rasa, beberapa kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

Bab III: Metode penelitian yang teridiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian.

Bab IV: Hasil penelitian, terdiri dari penjelasan tentang hasil penelitian dengan menguji data yang telah didapat menggunakan SPSS 23

dan hasil pengolahan data tersebut diselaraskan dengan variabel yang telah ditentukan.

Bab V: Pembahasan yang berisi penjelasan tentang hasil pengolahan data menggunakan SPSS 23 dan lanjut dengan pembahasan sesuai variabelnya.

Bab VI: Bagian akhir penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.