

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi, termasuk sektor perdagangan, pengolahan, pertanian, perkebunan, perternakan, perikanan, dan jasa. UMKM juga dipahami sebagai perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh kelompok orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu.¹

Perkembangan bisnis saat ini semakin ketat yang dapat menimbulkan persaingan antara Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang satu dengan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang lainnya. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing dipasar secara sehat. Sehingga Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus tetep mengutamakan kepuasan konsumen dengan melakukan berbagai inovasi-inovasi baru.

Selain itu salah satu hal yang paling penting, yang harus diperhatikan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam membuat usahanya maju dan berkembang yaitu dengan cara menciptakan atau membuat suatu produk yang mampu menarik minat banyak konsumen untuk membeli produk tersebut. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) juga harus mampu memanfaatkan kesempatan maupun celah yang ada karena semakin banyaknya pesaing yang akan muncul. Peran para pemilik usaha tidak hanya berfokus pada produk yang ditawarkan, akan tetapi juga harus berfokus kepada konsumen itu sendiri.

Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) haruslah mempunyai strategi yang akan digunakan untuk meningkatkan minat beli konsumen dan juga mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing lain sehingga dapat menarik minat konsumen dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam

¹ Didin Abdurrohman, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM* (Yogyakarta: CV. Bintang Pustaka Madani, 2020), 15.

membeli produk juga dipengaruhi oleh produk itu sendiri baik dari segi kualitas pelayanan, kualitas produk, maupun harga produk.

Menurut Philip Kotler bahwa kepuasan konsumen adalah “suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antar persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan”.² Sedangkan menurut Tjiptono kepuasan konsumen didefinisikan “sebagai alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga berkurangnya biaya transaksi dimasa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan.³

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam perusahaan, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberikan kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing. Menurut Kotler kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat.⁴ Sedangkan menurut Yan, Sengupta dan Wyer kualitas produk adalah suatu kinerja produk yang diinginkan oleh pelanggan, baik dilihat dari *package size*, *perceived quality*, *performance*, dan *design* yang memang benar-benar bagus menurut sudut pandang pelanggan.⁵

Pelayanan adalah tindakan seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan harus baik, agar pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Sedangkan pelayanan menurut Kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.⁶

² Ani Lestari dan Edy Yulianto, “Pengaruh kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Pelanggan Citra Kenedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.54 No.1 (Januari 2018), hlm. 76

³ *ibid.*

⁴ Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen* (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), 100.

⁵ Lily Suyati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2015), 23.

⁶ Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2016), 55.

Manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya dipahami sebagai suatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya.

Islam mengajarkan dalam sebuah industri baik itu yang bergerak dibidang produk atau jasa, seorang pelayan toko hendaklah memberi pelayanan yang sebaik-baiknya kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku yang baik dan simpatik, baik bertutur kata yang baik, sopan, rendah hati, tanggap dalam segala hal dan memperhatikan dengan betul apa yang inginkan oleh konsumen. Apabila keinginan konsumen tersebut dapat terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.⁷ Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا انْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيْمَمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
حَمِيدٌ (٢٦٧)

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman , nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan jaganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu. Kamu nafkahkanlah darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincangkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji”.*⁸

Dari surat Al-Baqarah diatas menegaskan bahwa islam sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Dalam pelayanan setiap karyawan harus bersikap ramah, sopan dan tanggap dalam memperhatikan kebutuhan dan keluhan para konsumen.

⁷ Arif Ferdian Agung, “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), 6.

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), 45.

Selain pelayanan dan kualitas produk, Harga juga sangat penting bagi pelaku usaha dalam bersaing. Faktor harga merupakan yang dianggap paling menarik bagi konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecil nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.⁹ Penetapan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah produk yang mampu dijual perusahaan. Dalam keadaan normal, permintaan dan harga mempunyai hubungan terbalik. Artinya, semakin tinggi harga yang ditetapkan, semakin kecil permintaan.¹⁰

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu utama permintaan pasar. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian atau saham pasar dari perusahaan. Harga adalah nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar.¹¹ Penetapan harga tergantung kebijakan perusahaan. Perusahaan harus memantau harga yang ditetapkan pesaing agar harga yang ditentukan tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah. Harga juga selalu dikaitkan dengan manfaat yang diterima konsumen. Perusahaan harus menawarkan produk yang berkualitas dan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Domini Donuts adalah UMKM yang memproduksi Donat dan roti yang pusatnya berada Didesa Montok Kabupaten Pamekasan atau depannya Pantai Talang Sireng. Usaha ini didirikan oleh Purnama Sukmawati Sugianto (Nana) pada tahun 2016. Usaha ini dirintis sejak saat itu dan terus berkembang cukup pesat sampai saat ini dan terus melakukan upaya untuk mengembangkan produknya. Mulainya usaha ini dilakukan penitipan / konsinyasi ke kanti SMP 2 Pamekasan. Namun seiringnya waktu usaha ini terus berkembang dengan cukup pesat sehingga mempunyai outlet sendiri berada di Desa Montok Kabupaten Pamekasan dan juga membuka cabang di daerah pamekasan tepatnya di jalan Wahid Hasyim kabupaten Pamekasan. Usaha ini didukung oleh 7 tenaga yang sudah terampil. Produk yang dijual oleh Domini Donuts sebagai berikut:

⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta : BEFE Yogyakarta, 2008), 271.

¹⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 350.

¹¹ Meithiana Inrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: UP Unitomo Press, 2019), 38-39.

Tabel 1.1
Jenis Produk dan Harga Produk
Domini Donuts

No	Jenis Produk	Harga (Rupiah)
1	Donat	4.000
2	Cheesecake	50.000
3	Brownis	50.000
4	Pizza	10.000
5	Cheeseroll	8.000

Domini donuts dipilih sebagai objek penelitian, dimana saat ini kepuasan konsumen Domini Donuts dirasa kurang optimal. Berdasarkan observasi, bahwa ada beberapa layanan yang harus dikembangkan atau diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen, produk dan juga harga perlu diperhatikan lagi oleh pemilik usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan tetap mempertahankan produknya dan harga yang sudah ada secara konsisten.

Hal ini tentunya akan menjadi masalah dalam usaha ini, apabila terus dibiarkan tanpa ada perbaikan maka akan berdampak negatif terhadap kepuasan konsumen, kepuasan yang rendah akan berdampak pada perkembangan usaha ini. Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO DOMINI DONUTS KABUPATEN PAMEKASAN”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan?

2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan?
4. Manakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
3. Untuk mengetahui Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
4. Untuk mengetahui Manakah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini bagi beberapa pihak antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Toko Domini Donuts

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi Toko Domini Donuts untuk mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan serta menjadi bahan evaluasi dan tolak ukur mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen sehingga dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai.

Penelitian ini dapat memberikan informasi dan pengetahuan tambahan bagi usaha donat lainnya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengembangan dan ekonomi sekitar. Dan juga bagi peneliti dapat memperoleh pengalaman, pengetahuan, serta memperluas wawasan penulis untuk berfikir secara kritis dan sistematis dalam menghadapi situasi yang terjadi ketika peneliti membangun sebuah usaha dibidang umkm.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang luas bagi pembuka usaha donat dalam mencapai tujuan serta menjadi pijakan dalam menentukan keputusan dan kebijakan baru.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi kemajuan akademis serta menambah literature yang dapat digunakan ataupun dikembangkan sebagai bahan informasi tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

E. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam penelitian adaah sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti untuk menentukan dan merumuskan hipotesis. ¹²Adapun anggapan dasar dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga merupakan faktor yang menyebabkan meningkatnya kepuasan konsumen. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin

¹² Tim Penyusunan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), 10.

tinggi pula kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang tinggi akan memberikan dampak positif terhadap kemajuan suatu usaha.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_1 : Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
2. H_2 : Ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.
3. H_3 : Ada pengaruh yang signifikan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup variabel

Terdapat empat variabel yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini, yaitu pengaruh kualitas pelayanan (variabel X1), kualitas produk (variabel X2), harga (variabel X3), dan kepuasan konsumen (variabel Y).

Adapun ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pengaruh Kualitas pelayanan (variabel X1), indikator-indikator yang termasuk dalam Kualitas Pelayanan, yaitu:¹³
 - 1) Keandalan (*Reliability*)
 - 2) Bukti langsung (*Tangibles*)
 - 3) Keandalan (*Responsiveness*)
 - 4) Jaminan (*Assurance*)
 - 5) Empati (*Empathy*)

¹³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Pelayanan Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 282.

- b. Kualitas produk (variabel X2), indikator-indikator yang termasuk dalam Kualitas produk, yaitu:¹⁴
 - 1) Kinerja (*performance*)
 - 2) Keistimewaan tambahan (*featur*s)
 - 3) Keandalan (*reliability*)
 - 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)
 - 5) Daya tahan (*durability*)
 - 6) Estetika (*asthetic*)
- c. Harga (variabel X3), indikator-indikator yang termasuk dalam Harga, yaitu:¹⁵
 - 1) Keterjangkauan harga
 - 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
 - 3) Kesesuaian harga dengan layanan yang ditawarkan
- d. Kepuasan Konsumen (variabel Y), indikator-indikator yang termasuk dalam kepuasan konsumen, yaitu:¹⁶
 - 1) Emosi
 - 2) Biaya
 - 3) Kualitas pelayanan atau jasa
 - 4) Faktor pribadi

2. Ruang Lingkup Subjek dan Lokasi

Subjek yang diteliti yaitu semua pelanggan yang datang baik laki-laki maupun perempuan. Lokasi yang dijadikan objek penelitian ini ada 2 yaitu Toko Domini Donuts yang berada di Desa Montok Kabupaten Pamekasan dan JL. Wahid Hasyim Kabupaten Pamekasan.

¹⁴. M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Stategy)* (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), 16-17.

¹⁵ A.A. Ayu Ratih Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.com* (Jawa Tengah: Lakeisha, 2020), 21.

¹⁶ La Ode Almana, Sudarmanto dan Ismail Suardi Wekke, *Tata Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi* (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2018), 31.

H. Definisi Istilah

Definisi istilah pada judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan”, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.
2. Kualitas Produk adalah produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas.
3. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa.
4. Pengaruh adalah suatu daya atau kekuatan yang timbul dari sesuatu, baik itu orang maupun benda serta segala sesuatu yang ada di alam sehingga mempengaruhi apa-apa yang ada di sekitarnya.
5. Kepuasan konsumen adalah evaluasi pembelian dari sebuah produk atau jasa dimana persepsi yang dipilih memenuhi harapan dari produk tersebut.

I. Kajian Terdahulu

Tujuan penelitian terdahulu untuk memberikan kerangka kajian empiris dari kerangka kajian teoritis bagi permasalahan sebagai dasar untuk mengadakan pendekatan terhadap masalah yang dihadapi serta digunakan sebagai pedoman dalam pemecahan masalah. Dalam penelitian ini penulis merujuk pada penelitian terdahulu sebagai berikut:

Lumintang Intan Sintya, Joyce Lapian, dan Merlyn M. karuntu melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB UNSRAT Manado”. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-Jek online pada Mahasiswa Feb Unsrat Manado. Dan hasil koefisien determinasi atau

R^2 adalah 0,740 yang menunjukkan bahwa 74,0% kepuasan pelanggan jasa transportasi Go-Jek pada mahasiswa FEB Unsrat Manado dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 26,0% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.¹⁷

Inka Janita Sembiring, Suharyo dan Andriani Kusumawati melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang)”. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald’s MT.Haryono Malang). Dan hasil koefisien determinasi atau R^2 adalah 80,10% dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelayanan pada pelanggan McDonald’s Mt.Haryono Malang, sementara sisanya sebesar 19,90% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model penelitian.¹⁸

Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri”. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa ojek online Go-Jek di Kota Kediri. Sedangkan pengaruh kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna jasa ojek online Go-Jek di Kota Kediri. Dan hasil koefisien determinasi atau R^2 adalah 0,343 yang menunjukkan bahwa 34,3% kepuasan konsumen pada perusahaan jasa Go-jek online di Kota Kediri dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kenyamanan, sementara sisanya 65,7%

¹⁷ Lumintang Intan Sintya, dkk, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Go-Jek Online Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado”, *Jurnal Emba*. Vol.6, No.3 Juli 2018, 1784-1785.

¹⁸ Inka Janita Sembiring, Suharyono, dan Andriani Kusumawati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Stdui pada pelanggan McDonald’s Mt.Haryono Malang)” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.15 No.1 Oktober 2014., 7-8.

dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti atau dikaji dalam penelitian ini.¹⁹

Adapun perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian yang sudah ada antara lain: Judul yang digunakan yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Domini Donuts Kabupaten Pamekasan”. Variabel yang digunakan dalam penelitian dilihat berbeda dari judul terdapat tiga variabel bebas yakni Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga serta terdapat variabel terikat yakni Kepuasan Konsumen. Serta lokasi penelitian yang dilakukan berbeda, penelitian ini dilakukan di dua tempat yaitu Desa Montok Kabupaten Pamekasan dan di Jl. Wahid Hasyim Kabupaten Pamekasan.

¹⁹ Dhita Tresiya, Djunaidi dan Heri Subagyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek Di Kota Kediri”, *JIMEK*, Volume 1 Nomer2 Desember 2018, 220-222.