

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI KEDAI MIXUE PASURUAN**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
MEMPEROLEH GELAR SARJANA (S1)**



Oleh :

FAIZATUL MUKARROMAH

NIM. 202069070032

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
2024**

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN MAJLIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA:

Hari : Senin
Tanggal : 29 Juli 2024
Jam : 09.00 WIB – Selesai
Judul : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MIXUE

DINYATAKAN LULUS

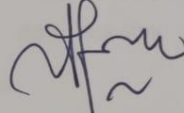
MAJELIS PENGUJI

Dosen penguji I



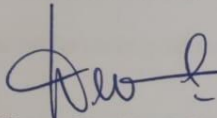
Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr
NIP.Y 0691109023

Dosen penguji II



Rr Sri Karuniari Nuswardhani, SP., M. MA
NIP. Y 0691408033

Dosen Pembimbing



Dr. Wenny Mamilianti, SP., MP
NIP. Y : 0690202013

Mengesahkan,

Kepala Program Studi Agribisnis



Desy Cahyaning Utami, SP., MP
NIP.Y 0691109026

Dekan Fakultas Pertanian



Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr
NIP.Y 0691109023

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : FAIZATUL MUKARROMAH

NIM : 202069070032

Fakultas : Pertanian

Program Studi : Agribisnis

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari diketahui dan dapat dibuktikan bahwa skripsi saya merupakan hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 11 Juli 2024



FAIZATUL MUKARROMAH

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirohim...

Puji Syukur di haturkan kehadiran Allah SWT atas segala limpah karunia-nya, sehingga penulisan ini dapat di selesaikan dengan baik dan tepat. Dengan rasa bangga, karya ini, penullis persembahkan kepada :

1. Mbah Kyai dan mbah Nyai serta jajaran keluarga ndalem yang selalu mendo'akan santrinya agar selalu sukses dalam menjalankan segala hal.
2. Cinta pertama dan panutanku, ayahanda Mashudi. Dan pintu surgaku ibunda Suliyati. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namum beliau bekerja keras serta senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun material, serta do'a yang setiap hari untuk saya sampai pada hari ini saya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang begitu besar yang tak pernah bisa di ungkapkan lewat perkataan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada beliau.
3. Terimakasih untuk diri sendiri yang selalu berusaha kuat dan berusaha keras berjuang sampai sejauh ini tidak menyerah dan terus berusaha sampai akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Wenny Mamilianty., SP., MP selaku dosen pembimbing tugas akhir. Terimakasih telah memberikan bimbingan, nasihat, dan dukungan hingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Juga Kepada seluruh dosen fakultas pertanian yang telah memberi saya banyak ilmu pengetahuan
5. My beautiful and good friend Syafaatul abida yang selalu memberi saya nasihat dan dukungan hingga saya bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini .
6. someone secret birth 04.05.2001 yang selalu memberi dukungan,dan menemani saya hingga saya bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Everyone yang memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi saya.

DAFTAR ISI

1	ABSTRAK	vii
2	KATA PENGANTAR.....	ix
3	DAFTAR ISI.....	x
4	DAFTAR GAMBAR	xii
5	DAFTAR TABEL.....	xiii
	DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
1	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang.....	1
1.2	Rumusan Masalah	3
1.3	Tujuan Penelitian.....	3
1.4	Manfaat Penelitian.....	3
2	BAB II KAJIAN PUSTAKA	4
2.1	Tinjauan Pustaka	4
2.2	Penelitian Tedahulu	4
2.2.1	Pengertian Kualitas	5
2.2.2	Pengertian Kualitas Makanan	7
2.2.3	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
2.2.4	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2.2.5	Faktor-Faktor yang memppengaruhi kepuasan konsumen	14
2.3	Kerangka Pemikiran	15
3	BAB III METODE PENELITIAN.....	16
3.1	Penentuan Lokasi.....	16
3.2	Penentuan Sampel	16
3.3	Pengumpulan Data.....	16
3.3.1	Metode Analisis.....	17
3.4	Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit)	18
3.4.1	Pengukuran Variabel.....	19
4	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	22
4.2	Gambaran Umum Responden.....	22
4.3	Distribusi Jawaban Responden.....	24
4.3.1	Distribusi jawaban responden berdasarkan item pertanyaan variabel kualitas produk (X1)	24

4.3.2	Distribusi jawaban responden berdasarkan item pertanyaan variabel kualitas pelayanan (X2).....	27
4.3.3	Distribusi jawaban responden berdasarkan item pertanyaan variabel kualitas peelayanan (Y).....	32
4.3.4	uji kecocokan model regresi logistic.....	34
4.4	Kesimpulan.....	36
4.5	Saran.....	37
	DAFTAR PUSTAKA.....	38
5	LAMPIRAN.....	40

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 skala likert	17
Tabel 3.2 nilai range skala likert	21
Tabel 4.1 karakteristik responden.....	23
Tabel 4.2 tabel kualitas produk	24
Tabel 4.3 kualitas pelayanan.....	28
Tabel 4.4 kepuasan konsumen	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1kerangka pemikiran.....	15
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Figure 1 Tabel kuisisioner.....	40
Figure 2 formulir bimbingan	43
Figure 3 kartu peserta seminar.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner makanan dan minuman di Indonesia dalam era globalisasi zaman ini sudah semakin berkembang pesat, hal tersebut dapat terlihat bahwa industri makanan dan minuman memiliki kontribusi tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyumbang peran penting bagi perkembangan pembangunan sektor industri di Indonesia. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2017). Industri kuliner akan tetap bertahan dan berkembang dalam persaingan jika dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan baik. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dipaksa untuk mampu menerapkan strategi yang tepat dalam pemasarannya dan terus meningkatkan kreativitas dan inovasi agar dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya.

Yang pertama Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barangataujasa berdasarkan tingkat mutu yang di harapkan seperti durabilitas, rellabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengantujuanmemenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang di bayar, walaupun terdapat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas

Yang kedua yaitu kualitas pelayanan. Dimana ada istilah pembeli adalah raja, yang dalam hal ini berarti pembeli atau konsumen harus dilayani sama seperti raja. Menurut Arianto (2018:83) kualitas Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada

ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di mixue. Jenis minuman ini berkembang pesat dan memiliki pangsa pasar yang berpotensi besar pada bisnis minuman yang pada akhirnya menjadikan sektor ini memiliki persaingan cukup ketat antar pelaku usaha. Kini es krim tidak hanya hadir dalam satu varian namun dengan berbagai varian dan lebih banyak inovasi sehingga es krim lebih dikenal oleh banyak kalangan dan disukai juga. salah satu Es Krim yang sedang viral saat ini yaitu MIXUE Ice Cream and Tea, merupakan perusahaan es krim dan teh yang berasal dari China telah berdiri dari tahun 1997.

Zhang Hongchao merupakan seorang mahasiswa di Universitas Keuangan dan Ekonomi Henan. Mixue merupakan waralaba internasional yang menawarkan minuman teh dan es krim segar. Perusahaan ini menyediakan berbagai minuman seperti es krim, bubble tea, fruit tea dan milkshake.¹⁸ Mixue di Indonesia bermula dari tahun 2020. Hanya dalam waktu dua tahun, gerai es krim ini kini memiliki franchise yang menjamur di banyak kota di Indonesia. Di negara asalnya China, Mixue Ice Cream & Tea lebih dikenal dengan nama Mixue Bingchen atau XBMC. Pada tahun 2020, Mixue telah memiliki lebih dari 10.000 outlet di China. Bisnis Mixue pertama kali memperluas bisnisnya ke luar China pada 2018 lalu, di negara Vietnam. Di Indonesia sendiri, Mixue pertama kali dibuka pada tahun 2020, dimana franchise pertamanya berpusat di Bandung, Jawa Barat

Maka dalam penelitian ini berusaha untuk menganalisis penilaian kualitas makanan serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen mixue oleh karena itu peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul

”PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MIXUE PURWOSARI PASURUAN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penggambaran di atas, masalah dan pertanyaan terbentuk sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan masalah yang di uraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi tempat penelitian dapat menjadi pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi kualitas dan pelayanan produk yang tepat dalam meningkatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk dan tetap bisa bersaing dengan tempat lainnya.
2. Bagi penelitian sebagai sarana untuk menjelaskan berbagai metode dan pengetahuan mengenai kualitas produk, harga, dan pelayanan pembelian terhadap konsumen
3. Bagi Universitas Yudharta Pasuruan hasil penelitian ini bisa diharapkan dapat digunakan untuk bahan informasi penelitian khususnya untuk mahasiswa Program Study Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Yudharta Pasuruan dalam mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) maupun Skripsi.

BAB V KESIMPULAN

4.4 Kesimpulan

Dalam penelitian ini di adakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di mixue berdasarkan hasil analisis yang telah di lakukan, di perole Kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk pada mixue memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen hasil analisis menunjukkan, semakin memperlihatkan kualitas produk yang di gambarkan oleh dimensi kesegaran produk yang di sajikan, porsi produk sesuai dengan ekspetasi konsumen dan inovasi produk yang baik maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen mixue.
2. Kualitas pelayanan pada mixue memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan semakin memperlihatkan kualitas pelayanan yang di ceriminkan oleh dimensi fisik, seperti kesopanan dan pelayanan yang ramah dan baik, maka akan berdampak peningkatan kepuasan konsumen mixue.

Dalam penilitan tersebut dapat di simpulkan bahwa terdapat dua temuan penelitian untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan Perusahaan dalam mengembangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang di berikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di mixue, kualitas produk belum dapat membuktikan keterikatan dari kepuasan konsumen, sedangkan dalam kualitas pelayanan telah membuktikan hubungan dan signifikan mengenai kepuasan konsumen, dalam data penelitian konsumen paling banyak membeli produk mixue yakni di kalangan remaja sehingga konsumen lebih banyak menilai produk bukan hanya dalam segi kualitas produk saja tetapi dalam segi pelayanan pembelian dan kenyamanan tempat. karena mayoritas konsumen mixue dari kalangan remaja /mahasiswa jadi konsumen lebih

mengutamakan kualitas pelayanan seperti tempat untuk mengerjakan tugas ataupun meeting. Sehingga dalam hal ini, perusahaan harus dapat mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas layanan dengan mengevaluasi dan kembali kendala-kendala ataupun melakukan perbaikan secara kontinuitas agar dapat memberikan citra kepuasan atas layanan yang telah diberikan kepada pelanggan.

4.5 Saran

Hasil penelitian ini diperoleh bahwa masing-masing dimensi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan. Adapun saran yang dapat diberikan mengenai kualitas produk mixue, sebaiknya produk yang disajikan dipastikan selalu lengkap sesuai yang ada di menu, dan agar supaya tetap bisa mempertahankan kesamaan rasa dan porsi yang disajikan kepada konsumen.

Dalam segi pelayanan saran yang dapat kami berikan, sebaiknya pihak mixue memberikan pelayanan dan informasi yang jelas dan lengkap mengenai menu-menu dan promo-promo yang ada dan selalu update dalam media sosial agar supaya konsumen mampu mengetahui adanya menu baru dan promo-promo yang ada dan serta memperhatikan layanan lingkungan dalam hal ketersediaan sampah yang dapat memudahkan konsumen yang menikmati produk di tempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, R., & Fuad, I. L. (2025). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Beras Cap Gunung Ud. Subur. *Agrotechbiz: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 1(2), 42-48.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Albesta, M. (2018). Pengaruh Kualitas makanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen café warunk upnormal kota malang (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Worotikan, A. L., Massie, J. D., & Tawas, H. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Ikan Bakar Kinamang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1277-1285.
- Pramiswari, I. A. M. D. D., Amir, F. L., & Paramita, P. D. Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 2(6), 1337-1356.
- Siswadi, F., Hari, M., & Sufrin, H. (2019). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Pustakawan Indonesia*, 18(1), 42-53.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Bahar, A. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang.
- Wijaya, C. V. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy. *Agora*, 5(1).
- Harahap, R. (2018). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. *Jumant*, 7(1), 77-84.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan

- dan harga terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen teori dan terapan*, 6(1), 1-9.
- Mangare, I., Wenas, R. S., & Rogi, M. (2023). Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Sonder Indah. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 244-253.
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 501-510.
- Sumiati, H., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ice Cream & Tea Mixue Di Ruko Kartika Kecamatan Klari. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5860-5872.
- Safitri, N., Herlina, E., & Hidayat, S. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Mixue. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 305-315.
- Ferdiansyah, R., Rahman, A. L., Fauzi, S., Dewi, V., Fathoni, V. R., & Wiharso, G. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE REGRESI LINIER. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 3(1), 1-7.