

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS  
PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN NASI KEBULI KEMONYA  
PALEMBANG**



**Disusun Oleh:**

**Aisyah Fatihah Ramadhani**

**2024200061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2024**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

---

Program Studi Manajemen Skripsi  
Sarjana Ekonomi Semester Gasal  
tahun 2023/2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK, PROMOSI,  
DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN QUEEN REBORN  
SALON KOTA PALEMBANG**

**Adela Rastavela**

**2024200069**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Citra Merek, promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Queen Reborn salon kota Palembang. Populasi penelitian ini adalah konsumen salon Queen Reborn Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 356 responden. Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis dan pengolahan data menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan jasa, citra merek, promosi dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kemudian secara simultan menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan jasa, citra merek, promosi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan di salon Queen Reborn d kota Palembang.

**Kata kunci** : Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Promosi, dan Harga Kepuasan pelanggan.



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Meningkatnya bisnis kuliner di Indonesia membuat usaha makanan semakin berkembang dengan berbagai inovasi. Banyaknya makanan khas luar negeri yang di pasarkan di Indonesia, beragamnya jenis makanan yang ada, membuat para konsumen mudah untuk memilih makanan yang mereka inginkan, karena itu perusahaan harus merancang strategis pemasaran yang baik agar menciptakan kepuasan bagi konsumen. Salah satu bisnis yang ketat persaingannya adalah usaha kuliner, dengan banyaknya tempat makan yang menghasilkan jenis yang sama tetapi harga dan kualitas yang berbeda. Para pengusaha kuliner harus mempertahankan konsumen dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen, agar dapat menarik para konsumen maka perusahaan harus menawarkan produk atau jasa yang unggul agar dapat bersaing dan citra perusahaan terus meningkat, hal tersebut meningkatkan nilai tambah bagi perusahaan. Perusahaan akan memiliki konsumen yang setia. Seorang konsumen jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama (Indrasari, 2019).

Kegiatan makan untuk memenuhi kebutuhan asupan harian. Namun semakin berkembangnya zaman, mengkonsumsi makanan disertai dengan kepuasan dan kesenangan dalam mengkonsumsinya. Data rumah makan Nasi Kebuli di kota Palembang dapat dilihat berdasarkan data yang didapatkan dari ulasan Google dibawah ini:

**Tabel 1. 1 Data Rumah Makan Nasi Kebuli di Kota Palembang**

No.	Nama Tempat Makan	Jumlah Gerai	Ulasan di Google
1.	Resto Kebuli BangRen	1	4.0/5
2.	Nasi Kebuli Kemonya	2	4.9/5
3.	Nasi Kebuli Radja	1	4.2/5
4.	Nasi Mandhi RH	1	4.0/5
5.	GH Corner Palembang	1	4.7/5

Sumber: Ulasan Google (2023)

Dari tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa Nasi Kebuli Ala Arab memiliki 1 gerai di Kota Palembang dan memiliki Ulasan sebesar 4.3/5, Nasi Kebuli Radja memiliki 1 gerai dengan ulasan sebesar 4.2/5, Nasi Mandhi RH memiliki 1 gerai dengan ulasan google sebesar 4.0/5, dan GH Corner Palembang memiliki 1 gerai dengan ulasan google 4.7/5. Nasi Kebuli Kemonya menurut ulasan Google dengan 99 ulasan dengan nilai 4.9/5. Dari perbandingan diatas menunjukkan bahwa Nasi Kebuli Kemonya lebih banyak diminati oleh Masyarakat Palembang, hal tersebut karena ramainya pengunjung Nasi Kebuli Kemonya yang membuat Nasi Kebuli Kemonya membuka 2 gerai di Palembang yaitu di Jakabaring dan di Pakjo. Adapun data pertumbuhan penduduk di 2 gerai tersebut:

**Tabel 1. 2 Data Pertumbuhan Penduduk (Persen) 2019-2021**

Kecamatan	Laju Pertumbuhan Penduduk Per Tahun		
	2019	2020	2021
<b>Iilir Barat Satu</b>	1,44	3,22	0,71
<b>Jakabaring</b>	1,49	4,08	0,58

Sumber: Data Sensus (2021).

Dari tabel 1.2 menjelaskan bahwa adanya pertumbuhan penduduk di wilayah kecamatan Iilir Barat satu dan kecamatan Jakabaring yang mengalami peningkatan dari tahun 2019-2021. Kecamatan Jakabaring memiliki jumlah penduduk lebih banyak dibandingkan dengan kecamatan Iilir Barat Satu, perubahan terjadi secara signifikan dari tahun ke tahunnya. hal tersebut menunjukkan adanya aktivitas ekonomi yang tinggi pada kecamatan Jakabaring. Nasi Kebuli Kemonya membuka cabang ke dua di Jakabaring karena padatnya jumlah penduduk disana.

Seiring berjalannya waktu, semakin banyak bisnis dibidang kuliner dengan berbagai macam jenis, salah satunya dengan menyajikan makanan khas suatu negara yang mempunyai cita rasa berbeda-beda dengan negara lain, selain itu adanya keunikan, mendorong konsumen untuk mencoba makanan tersebut. Salah satu bisnis kuliner makanan khas negara luar Timur Tengah yang memiliki kemiripan dengan negara kita, yaitu kaya akan rempah-rempah, salah satu makanan yang sering kita jumpai di Indonesia adalah nasi kebuli dari afganistan dan nasi mandi dari yaman. Makanan khas

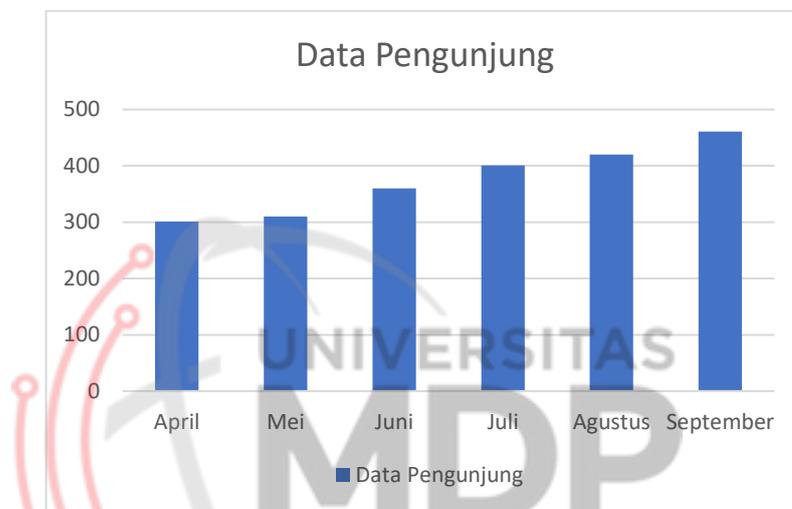
Arab ini dapat masuk ke dalam Indonesia karena banyaknya orang Arab yang berdagang di Indonesia, sehingga hidangan tersebut menyebar kepada masyarakat Indonesia dan sangat berpengaruh pada lingkungan. Seperti banyaknya masyarakat yang menjual martabak telur dan roti canai yang merupakan makanan khas Timur Tengah. Makanan Timur Tengah semakin berkembang di pasaran, makanan cita rasa yang dibuat disesuaikan dengan lidah orang Indonesia membuat kehilangan cita rasa asli dari makanan itu sendiri. Saat ini usaha makanan khas Timur Tengah tidak hanya dijual oleh orang Timur Tengah yang tinggal di Indonesia saja, sudah banyak masyarakat lokal yang membuka bisnis kuliner Timur Tengah. Salah satunya adalah Nasi Kebuli Kemonya.

Nasi Kebuli Kemonya merupakan bisnis kuliner yang telah berdiri sejak tahun 2019 di kota Palembang. Bisnis kuliner Timur Tengah dan Indonesia, berfokus pada masakan yang khas dengan rempah-rempah dan bahan-bahan yang berkualitas. Nasi Kebuli Kemonya mempunyai konsumen yang banyak dan cukup diperhitungkan oleh para pesaingnya. Banyaknya tempat makan nasi Arab sejenis ini menuntut perusahaan untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan Nasi Kebuli Kemonya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, harga yang sesuai, dan masakan dengan cita rasa yang khas dan cocok di lidah orang Indonesia. Hal ini untuk mendapatkan kepuasan konsumen, sehingga konsumen menjadi loyal dalam menikmati makanan.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa merupakan sesuatu yang tidak mudah didapat jika tidak mengerti apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Produk atau layanan dengan kualitas yang sama, memberikan tingkat kepuasan yang berbeda bagi konsumen. Maka dari itu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan elemen utama dalam upaya untuk mempertahankan konsumen yang telah ada ataupun menarik konsumen yang baru. Bagi suatu perusahaan atau organisasi, kepuasan merupakan pondasi untuk meraih sasaran yang akan dicapai. Setiap konsumen yang puas memiliki inisiatif atau kecenderungan menciptakan hubungan yang ramah (Sudirman et al., 2020). Konsumen yang puas saat menggunakan barang atau jasa, maka konsumen akan merasakan bahwa faktor stimulus seperti harga, promosi, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan telah sesuai yang diharapkannya. Dari beberapa faktor kepuasan konsumen, peneliti memilih menggunakan kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi dan harga sebagai variable independen dalam penelitian ini.

Disamping itu perusahaan yang mampu memenuhi permintaan konsumen, harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang maksimal, hal ini agar perusahaan mampu bersaing didunia industry makanan lainnya. Kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dikenal banyak orang ditengah ketatnya persaingan dalam indutri kuliner. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang

menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan (Indrasari, 2019), menjelaskan bahwa kualitas adalah hal penting bagi perusahaan untuk berupaya meningkatkan potensi yang dimiliki, agar kualitas dan kuantitas pelayanan dapat bersaing di dunia usaha.



Sumber: Owner Nasi Kebuli Kemonya, (2023).

**Gambar 1. 1 Data pengunjung Nasi Kebuli Kemonya enam bulan terakhir**

Dari gambar 1.1 menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah data pengunjung mengalami peningkatan enam bulan terakhir dari bulan April – September, naik sebesar 44,20%. Hal ini menunjukkan bahwa Nasi Kebuli Kemonya semakin diminati oleh masyarakat. Khususnya orang tua yang menyukai nasi dari beras basmati yang kaya akan rempah-rempahnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Menurut Parasuraman et al 1988, yang dikutip (Tjiptono, 2019:305) kualitas pelayanan mencakup beberapa prospek yang

meliputi “kemampuan layanan dengan segera dan memuaskan konsumen (*reability*), yaitu perusahaan mampu memberikan pelayanan keinginan para pekerja untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap (*responsiveness*), pengetahuan, kesopanan dan dapat dipercaya, merasa dilindungi serta adanya jaminan (*assurance*), kemudahan dalam komunikasi, memahami kebutuhan konsumen dan mejalin relasi (*emphaty*), fasilitas yang lengkap, pegawai dan sarana komunikasi (*tangibles*), (Sa’adah & Fajarul Munir, 2020). Pelayanan terhadap konsumen faktor penting dalam usaha mempelancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen akan berpengaruh terhadap penjualan dan pembelian. Perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada konsumen. Pelayanan secara umum adalah kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan keinginan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Indrasari, 2019). Semakin baik kualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi (Indrasari, 2019).

Kepuasan lebih menyeluruh, yaitu kepuasan ditentukan oleh persepsi terhadap kualitas pelayanan (jasa), kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi (Indrasari, 2019). Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bagi perusahaan. Kualitas pelayanan juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung kemampuan produsen dalam memenuhi harapan

konsumen secara konsisten. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan yang dirasakan melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Pelayanan seperti ini berkesan sebagai pelayanan berkualitas (Sa'adah & Fajarul Munir, 2020). Dari berapa faktor kepuasan konsumen, peneliti memilih untuk menggunakan kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi dan harga sebagai *variable independent* dalam penelitian ini.

Kualitas Produk merupakan faktor penting bagi setiap perusahaan untuk mengetahui kepuasan setiap konsumen. Menurut (Ely, 2021) Kualitas Produk merupakan sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa yang dapat memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan tersirat. Semakin baik kualitas produk yang diberikan maka konsumen akan semakin puas. Untuk dapat meraih kepuasan konsumen.

Promosi merupakan elemen yang digunakan untuk memberitahu dan meyakini konsumen tentang suatu produk atau layanan melalui berbagai cara, seperti iklan, penjualan tatap muka, penawaran khusus, atau publikasi (Kumara et al., 2021). Tujuan dari kegiatan promosi adalah untuk menginformasikan manfaat dari suatu produk atau layanan dan membujuk konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan, sesuai dengan konsep yang diungkap oleh Kotler & Amstrong dalam penelitian yang sama (Kumara et al., 2021). Penting untuk menciptakan promosi yang menarik dengan menyajikan informasi yang mudah dipahami oleh konsumen. Promosi yang dirancang dengan daya tarik dan informatif dianggap memiliki potensi untuk memengaruhi kepuasan konsumen setelah

mereka menggunakan suatu produk, seperti yang disampaikan oleh Hanasya dalam penelitian (Kumara et al., 2021). Promosi Nasi Kebuli Kemonya cukup kuat, seperti iklan pada media social, media cetak dan internet. Dengan adanya promosi maka konsumen akan cepat mengetahui produk yang dijual.

Variabel berikutnya yang dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah harga, yang diukur dalam nilai mata uang rupiah. Namun, dalam situasi lain, harga Dpat diartikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Harga memiliki peran sebagai sarana bagi penjual untuk menyajikan penawaran yang berbeda dari pesaing, sehingga menjadi elemen penting dalam memisahkan produk dalam konteks pemasaran, sebagaimana dijelaskan oleh (Indrasari, 2019). Peran harga sangat penting dalam menentukan pendapatan yang diterima oleh perusahaan, dan keputusan tentang penetapan harga, memiliki dampak signifikan terhadap penilaian layanan atau produk oleh konsumen.

**Tabel 1. 3 Harga Nasi Kebuli di Palembang**

<b>NASI KEBULI KEMONYA</b>	
<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
1 Porsi (Cup)	
Ayam Panggang	Rp. 30.000
Kambing Panggang	Rp. 55.000
Kambing Malbi	Rp. 55.000
Kambing Kare	Rp. 55.000
3 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 130.000
Kambing Panggang	Rp. 210.000
Kambing Malbi	Rp. 210.000
Kambing Kare	Rp. 210.000
5 Porsi (Tampah)	

Ayam Panggang	Rp. 190.000
Kambing Panggang	Rp. 340.000
Kambing Malbi	Rp. 340.000
Kambing Kare	Rp. 340.000
Mix	Rp. 240.000-280.000
10 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 380.000
Kambing Panggang	Rp. 680.000
Kambing Malbi	Rp. 680.000
Kambing Kare	Rp. 680.000
Mix	Rp. 545.000
20 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 800.000
Kambing Panggang	Rp. 1.450.000
Kambing Malbi	Rp. 1.450.000
Kambing Kare	Rp. 1.450.000
Mix	Rp. 1.150.000
Nasi Kebuli Instant	
Berat bersih 580gr (Beras, bumbu dan kismis)	Rp. 60.000
<b>GH CORNER</b>	
<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
Nasi Istimewa GHC	Rp. 35.000
Nasi Arab Ayam	Rp. 38.000
Nasi Arab Kambing	Rp. 50.000
<b>NASI KEBULI BANGREN</b>	
<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
Nasi Kebuli Ayam	Rp. 35.000
Nasi Kebuli Kambing	Rp. 48.000
Nasi Kebuli Sapi	Rp. 48.000
Kebuli Ayam 5-6 pax	Rp. 165.000
Kebuli Ayam 10-11 pax	Rp. 350.000
Kebuli Kambing 5-6 pax	Rp. 215.000
Kebuli Kambing 10-11 pax	Rp. 435.000
<b>NASI KEBULI RADJA</b>	
<b>Menu</b>	<b>Harga</b>
Nasi Kebuli Ayam	Rp. 35.000
Nasi Kebuli Kambing	Rp. 65.000
Nasi Kebuli Malbi	Rp. 45.000
3 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 120.000
Kambing	Rp. 205.000
Malbi	Rp. 150.000
Ayam + Kambing	Rp. 150.000
Ayam + Malbi	Rp. 130.000

5 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 185.000
Kambing	Rp. 340.000
Malbi	Rp. 240.000
Ayam + Kambing	Rp. 250.000
Ayam + Malbi	Rp. 210.000
10 Porsi (Tampah)	
Ayam Panggang	Rp. 365.000
Kambing	Rp. 665.000
Malbi	Rp. 465.000
Ayam + Kambing	Rp. 515.000
Ayam + Malbi	Rp. 415.000
NASI MANDI RH	
Menu	Harga
Paket Ayam Ekonomis	Rp. 35.000
Paket Ayam Premium	Rp. 65.000
Paket Kambing Ekonomis	Rp. 45.000
Paket Kambing Premium	Rp. 85.000
4 Porsi (Tampah)	
Ayam	Rp. 280.000
Kambing	Rp. 360.000
Kambing + Ayam	Rp. 320.000

Sumber : Penulis (2023)

Pada tabel 1.3 menunjukkan harga Nasi Kebuli Kemonya yang berada di Palembang, dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Nasi Kebuli Kemonya memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan nasi kebuli lain, hal tersebut membuat beberapa konsumen merasa harga yang diberikan terlalu mahal, membuat konsumen merasa kurang puas dengan harga tersebut, namun ada juga konsumen lain yang merasa harga yang diberikan murah dan sesuai dengan porsi serta rasanya. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa umur populasi pada Nasi Kebuli Kemonya untuk kalangan menengah sampai menengah ke atas.

Menu yang ditawarkan beragam, menu utama yang paling disukai para konsumen adalah nasi kebuli ayam dan nasi kebuli kambing, selain itu mereka juga menyediakan bumbu nasi kebuli instant, yang praktis dan dapat dibuat dirumah. Berbagai jenis pilihan porsi yang disediakan oleh Nasi Kebuli Kemonya, mereka menyediakan wadah nampan besar yang bisa dimakan sendirian dan bersama-sama satu keluarga, ada paket pilihan untuk 1 porsi, 3-4 porsi, 5 porsi, 10 porsi dan 20 porsi. Hal inilah yang menjadi daya Tarik tersendiri bagi konsumen, karena mereka dapat memilih porsi makanan yang bermacam-macam sesuai keinginannya. Harga yang ditawarkan oleh Nasi Kebuli Kemonya ini standard dan dapat dinikmati berbagai kalangan. Selain itu Nasi Kebuli Kemonya memiliki 2 cabang yang terletak di Pakjo khusus *takeaway* dan Jakabaring untuk *dine in* dan *take away*. Nasi Kebuli Kemonya tidak hanya melayani konsumen secara *dine in* atau makan di tempat, mereka juga melayani secara *online* menggunakan jasa layanan aplikasi seperti GO-JEK, GRAB, dan ShopeeFood. Memudahkan konsumen untuk membeli makanan Nasi Kebuli Kemonya.

Penulis memilih melakukan peneliti pada Nasi Kebuli Kemonya karena adanya permasalahan diatas dan melihat adanya konsumen yang datang langsung maupun memesan lewat online, dan ramai dengan pengunjung, lalu yang membedakannya dengan nasi kebuli lain adalah menggunakan bumbu racikan sendiri yang sangat enak, sehingga membuat konsumen selalu memesan ulang. Nasi Kebuli Kemonya ini menyediakan bumbu instant yang dibuat sendiri, untuk memudahkan para pecinta nasi

arab atau nasi mandi dapat membuat sendiri dirumah. Menu yang ditawarkan juga tidak hanya makanan arab tetapi juga ada makana indonesia seperti gulai kambing dan sate yang sangat cocok disajikan dengan nasi kebuli. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengambil objek pada Nasi Kebuli Kemonya.

Beberapa hasil penelitian meneliti tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Molivia Cafe yang dilakukan oleh (Widodo, 2021) menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan konsumen, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Nesmilo di Samarinda yang dilakukan oleh (Rabiah, 2020), menyatakan bahwa variabel kualitas produk, Harga dan kualitas pelayanan pada Rumah Makan Nesmilo berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh (Suardi Agustian; Ridho, Achmad; Zulkarnaini, Zulkarnaini; Darmawan, Arya, 2021) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bebek Oke Cabang Pramuka Jakarta, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. dan harga pada The Kithen of Raminten berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Kumara et al., 2021) yang berjudul Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang EN DINING, menyatakan bahwa variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan fenomena dan hasil penelitian sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk meneliti **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Nasi Kebuli Kemonya Palembang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dimana dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap kepuasan konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang:

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap kepuasan konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap kepuasan konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang secara simultan?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka didapatkan ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Variabel independen pada penelitian yang terdiri dari Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga.
2. Variabel dependen pada penelitian adalah kepuasan konsumen.
3. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Nasi Kebuli Kemonya kota Palembang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang secara parsial.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang secara simultan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini bisa bermanfaat menambah wawasan, pengetahuan, dan informasi untuk penelitian yang dilakukan dikarenakan

menggunakan teori yang telah didapatkan selama perkuliahan.

#### 1. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan dan bahan informasi bagi perusahaan untuk lebih mengenal dan mempelajari kepuasan konsumen serta dapat memberi masukan dalam rangka perumusan strategi dan penentuan kebijaksanaan pemasaran dalam produk mengenai Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap kepuasan konsumen Nasi Kebuli Kemonya Palembang.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai perlengkapan atau perbandingan untuk menambah suatu wawasan bagi pembaca dan sebagai bahan acuan atau referensi serta perbandingan dalam rangka perkembangan penelitian selanjutnya.

### 1.6 Sistematika Penelitian

Dalam sistematika penelitian ini, pembahasan serta penyajian hasil penelitian akan disusun sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I dalam penelitian ini adalah awal dari penelitian yang akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas teori-teori tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III penelitian ini akan membahas mengenai metode penelitian yang terdiri dari pendekatan, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Penulis membahas pengelolaan data yang telah diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti. Didalam bab ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan penelitian

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS* (1st ed.). Andi Yogyakarta.
- Bano, R., Elia, S., & Muinah, S. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*. 8(1), 206–211.
- Darmanah, D. G. (2019). *Metodologi Penelitian*.
- Dr. Rosnaini Daga, S.E, M. (2017). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *News.Ge* (Issue November).
- Ely. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Febriana, F. D., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tanam Coffeeshop Kaligarang Semarang. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 298–306. <http://eprints.unisbank.ac.id/id/eprint/7410/>
- Fitriana, O., & Utami, N. (2017). Buku ajar strategi promosi penjualan. *Book*, 309. <https://b-ok.asia/book/5686392/1c6357>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, P. H. I. (2018a). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ghozali, P. H. I. (2018b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>

- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan*.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.  
[http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf)
- Kasmir, D. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Khadka, K., & Maharjan, S. (2017). Customer satisfaction and customer loyalty, Master's Thesis,. *Centria University of Applied Sciences, Business Management, Lahti, Finland, November*.
- Kumara, D., Putranto, A. T., & Syahria, S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Masakan Jepang En Dining. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1), 57–68.  
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v5i1.3410>
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1.  
<https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Manengal, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Motor Ando Tombatu*. 2(1), 42–46.
- Marthanti, A. S. (2019). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL AHASS HONDA*. 2(2), 62–72.
- Morissan. (2017). *metode penelitian survei*.  
<https://books.google.co.id/books?id=LhZNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Rabiah, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 8(1), 65.  
<https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i1.3259>
- Ridhahani. (2020). Metodologi Penelitian Dasar. In *Journal of Experimental Psychology: General* (Vol. 136, Issue 1). <https://idr.uin-antasari.ac.id/14146/>
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas

Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>

Sa'adah, L., & Fajarul Munir, A. (2020). *KUALITAS LAYANAN HARGA DAN CITRA MEREK SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. 5.

[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=rZkwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=buku+kualitas+pelayanan+menurut+para+ahli+2020&ots=G Sgb8GmKVO&sig=g\\_n9FtdMoZC7NzzYTcGsCt4L\\_Ys&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=rZkwEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=buku+kualitas+pelayanan+menurut+para+ahli+2020&ots=G Sgb8GmKVO&sig=g_n9FtdMoZC7NzzYTcGsCt4L_Ys&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*.

Sudirman, A., Efendi, E., & Harini, S. (2020). Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i2.2078>

Suhardi Agustian; Ridho, Achmad; Zulkarnaini, Zulkarnaini; Darmawan, Arya, Y. B. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Bebek Oke Cabang Pramuka Jakarta)”. *Jurnal STEI Ekonomi*, 30(Vol 30 No 02 (2021): [Jurnal STEI Ekonomi-JEMI] Vol. 30 No. 02 (Desember-2021)), 75–86. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JEMI/article/view/464/288>

Sulistyaningrum, R. P., & Widowati, I. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Emosional , dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen The Kitchen of Raminten Yogyakarta*. 1(1).

Widodo, S. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MOLIVIA CAFE (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(1), 2013–2015.

Wiyase, I. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Emosi Positif Sebagai Variabel Moderating. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen* ...10(1), 118–119. <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/413%0Ahttps://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/download/413/395>

Zelvian, I. (2021). *kepuasan pelanggan dan pencapaian brand trust*.  
[https://books.google.co.id/books/about/KEPUASAN\\_PELANGGAN\\_PENCAPAIAN\\_BRAND\\_TRUS.html?id=Z5ZCEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb\\_mobile\\_entity&hl=en&newbks=1&newbks\\_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&gl=ID&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books/about/KEPUASAN_PELANGGAN_PENCAPAIAN_BRAND_TRUS.html?id=Z5ZCEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gb_mobile_entity&hl=en&newbks=1&newbks_redir=0&gboemv=1&ovdme=1&gl=ID&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)

