

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(STUDI PADA TOKO MAKJUS CAKE DI KOTA PADANG)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh:

SUCI

NIM. 18053082

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

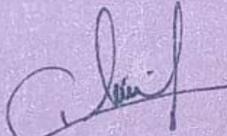
2022

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

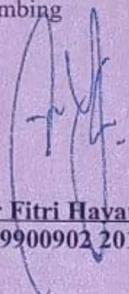
"PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KESADARAN MEREK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA TOKO MAKJUS
CAKE DI KOTA PADANG)"

Nama : Suci
BP/NIM : 2018/18053082
Keahlian : Tata Niaga
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi

Disetujui oleh
Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi


Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19820311 200501 2 005

Padang, November 2022
Pembimbing


Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd
NIP. 19900902 201504 2 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

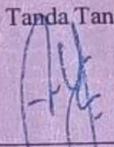
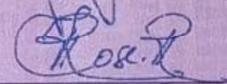
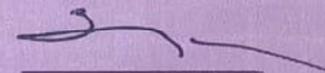
"Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang"

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA TOKO MAKJUS CAKE DI KOTA PADANG)"

Nama : Suci
BP/NIM : 2018/18053082
Keahlian : Tata Niaga
Jurusan : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi

Padang, November 2022

Tim Penguji

No	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1	Ketua	Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd	
2	Anggota	Rose Rahmidani, S.Pd, M.M	
3	Anggota	Dr. Syamwil, M.Pd	

SURAT PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suci
NIM/Tahun Masuk : 18053082/2018
Tempat/Tanggal lahir : Padang/28 Agustus 2000
Jurusan/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi
No Handphone/ Whatsapp : 0895341163335
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Makjus Cake di Kota Padang)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis (Skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk memperoleh Gelar Akademik (Sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni Gagasan, Rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Karya Tulis/Skripsi ini sah apabila telah di tanda tangani oleh Tim Pembimbing , Tim Penguji, dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik pencabutan Gelar Akademik yang telah di peroleh karena karya Tulis/Skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang , November 2022

Yang Menyatakan


Suci

NIM: 18053082

ABSTRAK

Suci (18053082/2018) : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Makjus *Cake* di Kota Padang)

Pembimbing : Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang pernah melakukan pembelian di Toko Makjus *Cake*. Jumlah sampel penelitian adalah ditentukan berdasarkan rumus William Cochran, sebanyak 97 orang dan diseleksi menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan adalah jenis data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner kepada masyarakat Kota Padang dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk, harga dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang, (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang, (3) harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang, (4) kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kesadaran Merek

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Makjus *Cake* di Kota Padang)”. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis ucapkan untuk nabi besar Muhammad SAW, karena beliauah yang telah membawa zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini beranjak zaman jahiliyah yaitu zaman kegelapan.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan yang banyak dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd selaku pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan, waktu serta masukan dengan penuh kesabaran dalam mengarahkan dan membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
2. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang
3. Ibu Rani Sofya, S.Pd. M. Pd selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Padang

4. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd, M.M selaku penguji I dalam penelitian ini yang telah memberikan saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Syamwil, M.Pd selaku penguji II dalam penelitian ini yang telah memberikan saran dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak/Ibu Dosen staf pengajar dan staf administrasi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan masukan dan saran terhadap skripsi ini.
7. Teristimewa untuk Ayah Herman Zein dan Mama Desmawati tercinta yang selalu mendoakan, memberikan dorongan, serta semangat dan pengorbanan baik secara moril maupun materil hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teristimewa untuk Abang yang selalu support, memberi semangat, mendengarkan keluh kesah dan menemani hingga wisuda meski sedang berjauhan sehingga penulis terpacu sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terspesial *The One and Only* Ewy Diryatika, Dina Nur Fajrah dan Agnie Ramadhani yang selalu ada dalam suka dan duka menemani perjalanan perskripsian ini, mendoakan, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terspesial untuk seluruh teman-teman Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, terutama teman-teman keahlian Tata Niaga dan teman-teman seperbimbingan yang

sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi dan yang selalu memberikan semangat dan tempat bertukar pikiran hingga studi ini selesai.

11. Serta semua pihak yang telah membantu dalam proses perkuliahan dan pembuatan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bentuk bantuan dan dukungan dari segala pihak dinilai ibadah di sisi Allah SWT. Penulis menyadari dengan segala kekurangan dan keterbatasan penulis, skripsi ini jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan masukan berupa kritikan dan saran. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, sebagai pedoman dan tambahan ilmu bagi penulis dan khususnya kepada teman-teman pada umumnya.

Padang, November 2022

Suci

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	11
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah.....	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Teori.....	14
1. Kepuasan Konsumen	14
2. Kualitas Produk	18
3. Harga.....	21
4. Kesadaran Merek.....	25
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka konseptual.....	33
D. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	37
D. Variabel Penelitian.....	39
E. Jenis dan Sumber Data.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data	40

G. Defenisi Operasional Variabel	40
H. Instrument Penelitian	42
1. Penyusunan Instrument.....	43
J. Uji Coba Instrumen Penelitian	43
I. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Visi dan Misi Usaha	57
C. Struktur Organisasi	58
D. Hasil Penelitian.....	59
E. Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

1. Data Industri Kue Basah Kota Padang Tahun 2018-2021	2
2. Omset Penjualan Toko Makjus <i>Cake</i> Periode Mei 2021-April 2022 di Kota Padang	4
3. Hasil Survei Awal Tentang Gambaran Kepuasan Konsumen Toko Makjus <i>Cake</i> di Kota Padang.....	5
4. Variasi Harga Produk Bolen Pisang Makjus <i>Cake</i>	8
5. Daftar Harga Produk Bolen dilihat dari pesaing Makjus <i>Cake</i>	9
6. Penelitian Terdahulu	29
7. Defenisi Operasional Variabel	41
8. Alternatif atau Kategori Jawaban Responden	42
9. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	44
10. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	46
11. Hasil Uji Validitas Harga	45
12. Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek	45
13. Klasifikasi Koefisien Reliabilitas	46
14. Hasil Uji Reliabilitas	47
15. Rentang Skala TCR	49
16. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	59
17. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	60
18. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	60
19. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	61
20. Deskripsi Keseluruhan Variabel Penelitian.....	62
21. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	62
22. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X_2)	65
23. Distribusi Frekuensi Variabel Kesadaran Merek (X_3).....	67
24. Deskripsi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	69
25. Hasil Uji Normalitas	72
26. Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
27. Hasil Uji Heterokedastisitas	75
28. Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk.....	76

29. Hasil Uji Linearitas Harga	76
30. Hasil Uji Linearitas Kesadaran Merek.....	77
31. Hasil Uji Regresi Berganda.....	77
32. Hasil Uji F	79
33. Hasil Uji t.....	80
34. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

1. Merek Kemasan Makjus <i>Cake</i>	10
2. Kerangka Konseptual.....	33
3. Toko Makjus <i>Cake</i>	55
4. Struktur Organisasi.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kisi-Kisi Instrumen Uji Coba Penelitian	104
2. Angket Uji Coba.....	105
3. Hasil Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner	111
4. Hasil Uji Coba Validitas	113
5. Hasil Uji Coba Reliabilitas	115
6. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	116
7. Angket Penelitian	117
8. Tabulasi Data Penelitian.....	123
9. Surat Izin Permintaan Data Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Sumatera Barat	131
10. Surat Izin Penelitian	132
11. Dokumentasi Penelitian	133

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha di industri makanan saat ini semakin menunjukkan peningkatan yang pesat apalagi di era persaingan yang semakin kompetitif. Terjadinya persaingan yang semakin kompetitif ini diakibatkan karena banyaknya para pelaku usaha menawarkan produk yang relatif sama dengan produk pesaing sehingga menjadi tolak ukur bagi para pelaku usaha di industri makanan untuk dapat memberikan kesan yang berbeda kepada konsumen dengan cara meningkatkan kepuasan konsumen.

Setiap para pelaku usaha dituntut untuk dapat memuaskan konsumen sebagai upaya dalam memenangkan persaingan. Kepuasan konsumen adalah mereka yang sangat puas dengan suatu produk sehingga mendorong untuk dapat memperkenalkan produk kepada siapapun yang mereka kenal. Kepuasan konsumen tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan dengan meminimalkan keluhan konsumen. (Darmawan et al., 2020:2).

Konsumen merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha dimana konsumen merupakan asset yang dapat menentukan keberhasilan untuk mencapai tujuan usaha mengingat konsumen mencerminkan potensi pertumbuhan di masa yang akan datang (Aprisia, G & Mayliza, R., 2017:2).

Usaha industri makanan termasuk kedalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Saat ini UMKM memiliki potensi yang sangat besar untuk pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia hal ini terlihat dari besarnya kontribusi yang diberikan terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) yang lebih besar dibanding kontribusi yang diberikan oleh usaha besar lainnya. Tumbuhnya PDB industri sektor makanan selaras dengan tumbuhnya pengeluaran konsumsi masyarakat untuk kebutuhan makanan (selain restoran) sebesar 1,44% (Badan Pusat Statistik, 2021).

Salah satu daerah yang gencar dalam menggerakkan usaha industri makanan UMKM merupakan Kota Padang yang mengalami peningkatan sebesar 13,72% dimana jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada tahun 2020 sebanyak 1.799 dan pada tahun 2021 sebanyak 2.046. Salah satu jenis industri makanan UMKM adalah industri makanan kue basah, dimana tidak memperlihatkan hal yang sama dengan peningkatan yang terjadi pada usaha industri makanan UMKM di Kota Padang. Dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Data Industri Kue Basah Kota Padang Tahun 2018-2021

No	Tahun	Jumlah	Pertumbuhan (%)
1	2018	61	-
2	2019	136	1,22%
3	2020	132	-2,94%
4	2021	127	-3,78%

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Sumatera Barat

Pada data tabel 1. menunjukkan bahwa industri kue basah Kota Padang mengalami penurunan pada jumlah usaha di industri kue basah yakni pada tahun 2020-2021 dimana pada tahun 2020 mengalami penurunan jumlah usaha di industri kue basah Kota Padang sebesar -2,94% selanjutnya pada tahun

2021 industri kue basah Kota Padang kembali mengalami penurunan yaitu sebesar -3,78%. Penurunan pada jumlah usaha diduga semakin banyak kompetitor di industri kue basah sehingga para pelaku usaha tidak mampu bertahan ditengah kondisi persaingan yang semakin kompetitif.

Salah satu usaha di industri kue basah yang berada di Kota Padang adalah Toko Makjus *Cake*, produk unggulan dari Toko Makjus *Cake* adalah Bolen Pisang. Produk andalan Toko Makjus *Cake* adalah Bolen Pisang yang selalu *ready from the oven*. Toko Makjus *Cake* beralamat di Jalan Gajah Mada No. 9 Olo Kecamatan Nanggalo Kota Padang dengan lokasi yang strategis yang berada ditepi jalan raya. Toko Makjus *Cake* telah berdiri semenjak tahun 2015 dan telah mengalami pasang surutnya tingkat penjualan, hingga saat ini Toko Makjus *Cake* masih dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin kompetitif.

Salah satu kunci dalam memenangkan persaingan yang kompetitif adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen. Memuaskan konsumen merupakan satu tujuan menuju profitabilitas (Kasali, 2009:110). Toko Makjus *Cake* mengalami penjualan yang menurun beberapa bulan terakhir sehingga tidak mampu mencapai tingkat profitabilitas hal ini diakibatkan oleh kepuasan konsumen yang juga ikut menurun. Hal ini dapat dilihat dari data omset penjualan Toko Makjus *Cake* selama satu tahun terakhir.

Tabel 2. Omset Penjualan Toko Makjus *Cake* Periode Mei 2021-April 2022 di Kota Padang

No	Bulan	Penjualan (Rp)	Pertumbuhan (%)
1.	Mei	4.000.000	-
2.	Juni	4.750.000	18,75%
3.	Juli	4.800.000	1,05%
4.	Agustus	5.200.000	8,33%
5.	September	4.500.000	-13,46%
6.	Oktober	3.800.000	-15,55%
7.	November	5.000.000	31,57%
8.	Desember	4.540.000	-9,2%
9.	Januari	3.600.000	-20,70
10	Februari	3.000.000	-16,66%
11.	Maret	2.450.000	-18,33%
12.	April	2.300.000	-6,12%
	Total	47.940.000	

Sumber : Data Penjualan Toko Makjus Cake

Pada data tabel 2. menunjukkan bahwa penjualan Toko Makjus *Cake* periode bulan Mei 2021-April 2022 mengalami penurunan yang cukup signifikan dengan total penjualan Rp. 47.940.000. Penurunan ini telah terjadi semenjak bulan Desember 2021 hingga bulan April 2022, penurunan yang cukup berarti terjadi pada bulan Januari sebesar Rp. 3.600.000 atau -20,70% dari bulan sebelumnya. Sedangkan kenaikan volume penjualan terjadi pada bulan November sebesar Rp. 5.000.000 atau 31,57% dibanding bulan sebelumnya yang juga mengalami penurunan.

Seperti yang bisa dilihat di tabel 2 data omset penjualan Toko Makjus *Cake* mengalami penurunan beberapa bulan terakhir. Hal ini diperkirakan bahwa tingkat kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* yang masih sangat rendah. Salah satu faktor yang dapat menolong untuk meningkatkan penjualan adalah kepuasan konsumen yang menjadi hal penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan karena rasa puas akan mendorong konsumen untuk kembali sehingga penjualan akan meningkat (Lusia, V & Sutiantono,

A. S., 2015:15). Penulis telah melakukan survei awal mengenai kepuasan konsumen kepada 35 responden yaitu konsumen Toko Makjus *Cake* dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Survei Awal Tentang Gambaran Kepuasan Konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang

No	Pernyataan	Ya	Tidak	Total	Persentase	
					Ya	Tidak
1	Saya merasa senang setelah membeli produk Makjus <i>Cake</i>	16	19	35	45,71%	54,28%
2	Saya akan terus membeli produk dari Makjus <i>Cake</i>	10	25	35	28,57%	71,42%
3	Saya akan merekomendasikan produk Makjus <i>Cake</i> kepada orang lain	13	22	35	37,14%	62,85%
4	Produk dari Makjus <i>Cake</i> sudah sesuai dengan harapan saya	14	21	35	40%	60%

Sumber : Survei Awal Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat dilihat gambaran kepuasan konsumen terhadap 35 responden, pernyataan pertama 45,71% konsumen merasa senang setelah membeli produk Makjus *Cake* dan 54,28% menyatakan tidak senang setelah membeli produk Makjus *Cake*. Pada pernyataan kedua 28,57% akan terus membeli produk Makjus *Cake* dan 71,42% menyatakan tidak ingin kembali membeli produk dari Toko Makjus *Cake*. Selanjutnya pada pernyataan ketiga, 37,14% menyatakan akan merekomendasikan produk Makjus *Cake* kepada orang lain dan 62,85% menyatakan tidak akan merekomendasikan produk Makjus *Cake* kepada orang lain. Terakhir pada pernyataan keempat 40% menyatakan bahwasanya produk Makjus *Cake* sudah sesuai dengan harapan dan 60% menyatakan produk Makjus *Cake* tidak sesuai dengan harapan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada Toko Makjus *Cake* masih sangat rendah, hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan konsumen tidak maksimal sehingga menimbulkan masalah karena ketidaksesuaian dengan harapan yang dimiliki konsumen. Menurut Lovelock & Wirtz (2011:74), kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika apa yang diterima konsumen lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak puas. Kepuasan yang didapat oleh konsumen tidak datang begitu saja, menurut (Lupiyoadi, 2013:231) mengemukakan ada beberapa faktor yang membentuk kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Produk yang berkualitas akan memberikan nilai lebih kepada konsumen sehingga nantinya menimbulkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian Yusniar et al.,(2020:124) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen memberikan pengertian bahwa dalam memuaskan konsumen tentunya harus memberikan kualitas yang baik terhadap produk yang dijual sehingga tidak menimbulkan rasa kecewa dari diri konsumen dan konsumen akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut.

Kualitas produk Makjus *Cake* memiliki kualitas yang baik karena menggunakan bahan-bahan pilihan yang dapat dirasakan oleh konsumen melalui cita rasa produk yang gurih, tekstur produk yang lembut didalam serta garing diluar dengan isian pisang coklat, keju dan varian rasa lainnya yang disediakan oleh Toko Makjus *Cake*. Produk Makjus *Cake* selalu disajikan dalam kondisi *fresh from the oven* sehingga konsumen selalu menerima produk dalam kondisi baru. Selain itu, produk Makjus *Cake* sudah mendapatkan izin P-IRT sehingga produk Makjus *Cake* telah mendapatkan standar kelayakan produk yang terjamin.

Kualitas produk yang diberikan Makjus *Cake* selalu berusaha menyesuaikan dengan kebutuhan dan selera konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen Makjus *Cake* beberapa konsumen merasa kualitas produk Makjus *Cake* masih biasa-biasa saja dan rasa produk yang disajikan terkadang masih berubah-ubah untuk jenis produk yang sama. Oleh sebab itu, kebutuhan dan selera konsumen yang masih belum sesuai dengan harapan harus cepat ditanggapi oleh Makjus *Cake* sehingga kepuasan konsumen terhadap produk Makjus *Cake* dapat tercipta dan konsumen dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Selain kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga. Harga menjadi hal yang dipertimbangkan konsumen dalam memuaskan kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009:103) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap harga. Penelitian terdahulu

yang dilakukan oleh Abdul Gofur (2019:7) juga menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen karena harga yang bersaing serta mampu memberikan manfaat kepada konsumen akan menciptakan kepuasan konsumen yang nantinya akan meningkatkan penjualan.

Harga yang ditetapkan oleh Toko Makjus *Cake* menjadi tolak ukur permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah pada produk dapat mengakibatkan penjualan menurun. Harga yang ditawarkan oleh Toko Makjus *Cake* bervariasi yang ditetapkan berdasarkan jumlah porsi produk dalam suatu kemasan sehingga konsumen dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginannya. Adapun variasi harga Makjus *Cake* dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4. Variasi Harga Produk Bolen Pisang Makjus *Cake*

Porsi	Harga
Isi 4 pcs	Rp. 17.000,-
Isi 6 pcs	Rp. 30.000,-
Isi 10 pcs	Rp. 45.000,-

Sumber: Data primer

Dapat dilihat pada tabel 4 menunjukkan bahwa Toko Makjus *Cake* menyediakan beberapa pilihan harga dengan jumlah/porsi isian produk yang disesuaikan. Variasi harga bertujuan agar harga yang ditetapkan dapat terjangkau oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan ke beberapa pesaing sejenis yang berada disekitar Toko Makjus *Cake* dengan menyesuaikan harga pesaing berdasarkan jumlah/porsi produk yang sama. Dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut :

Tabel 5. Daftar Harga Produk Bolen dilihat dari pesaing Makjus Cake

No	Nama Toko	Alamat	Porsi	Harga
1.	<i>D'aina Cake</i>	Jln. Anggur III No. 179 Kuranji	Isi 6 pcs	20.000/kotak
2.	<i>Classic Bread</i>	Jln. Pondok Kopi No. 272 Nanggalo	Isi 6 pcs	25.000/kotak
3.	<i>Ami Roz Kitchen</i>	Komp. Griya Madawi blok k/2 Tabing Banda Gadang	Isi 6 pcs	18.000/kotak
4.	<i>Makjus Cake</i>	Jl. Gajah Mada No. 9	Isi 6 pcs	30.000/kotak
5.	Alcake	Jl. Gajah Mada No.24b	Isi 6 pcs	27.000/kotak

Sumber: *Survey Lapangan Tahun 2022*

Berdasarkan tabel 5. dapat dilihat bahwa harga yang ditawarkan oleh Toko Makjus *Cake* dapat dikatakan masih tinggi dari produk pesaing yang sejenis sehingga konsumen mudah beralih ke produk pesaing. Harga menjadi bagian yang paling sensitif bagi kedua pihak baik bagi konsumen maupun bagi para pelaku usaha sehingganya apabila harga yang ditawarkan terlalu tinggi maka konsumen akan mudah beralih pada produk lain yang sejenis dengan menawarkan harga yang lebih murah begitupun sebaliknya apabila pelaku usaha menawarkan harga murah maka keuntungan yang diperoleh juga sangat minim. Oleh sebab itu, harga yang relevan akan memberikan tingkat kepuasan kepada konsumen.

Selain kualitas produk dan harga, terdapat juga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kesadaran merek. Kepuasan konsumen terwujud melalui familiaritas dan intimasi (keakraban) dengan merek yang telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Tijptono, 2011:43). Berikut merek yang melekat pada kemasan Makjus *Cake* dapat dilihat pada gambar 1 :



Gambar 1. Merek Kemasan Makjus Cake

Merek yang melekat pada Kemasan Makjus *Cake* ditandai dengan simbol wanita berkaca mata (makjus) dengan menggunakan jilbab sebagai logo pada merek kemasan Makjus *Cake* itu sendiri. Pada merek tertera gambar wanita berkaca mata, nama toko, izin kelayakan produk P-IRT, logo halal dan alamat serta nomor telepon dan media sosial *Instagram* milik Toko Makjus *Cake*. Informasi yang tertera pada merek kemasan Makjus *Cake* bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengenali dan mengingat produk sehingga menimbulkan kesadaran konsumen terhadap produk Makjus *Cake*.

Kesadaran merek timbul pada konsumen Makjus *Cake* apabila konsumen Toko Makjus *Cake* mampu mengenali dan mengingat simbol, ciri khas warna, dan perbedaan yang dimiliki dari merek lain yang sejenis. Jika kesadaran merek baik di ingatan konsumen maka kepuasan konsumen akan meningkat, begitu pun sebaliknya apabila kesadaran merek akan suatu produk rendah maka kepuasan konsumen juga akan ikut menurun.

Hasil penelitian yang ditemukan bahwa kesadaran merek mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Mahanani, E. & Sari, B. (2019:8) mengatakan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kesadaran merek maka kepuasan konsumen akan

meningkat dikarenakan konsumen mengetahui dan mengingat semua atribut merek produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Makjus *Cake* di Kota Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Tingkat kepuasan konsumen Toko Makjus *Cake* masih sangat rendah.
2. Kualitas produk Toko Makjus *Cake* yang masih biasa saja dan rasa yang cenderung berubah-ubah untuk produk yang sama.
3. Tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap harga yang ditetapkan oleh Toko Makjus *Cake* dirasa mahal oleh konsumen.
4. Masih rendahnya tingkat kesadaran merek pada konsumen Toko Makjus *Cake*.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah secara spesifik diperlukan agar pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan terarah. Adapun penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kesadaran Merek Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Makjus *Cake* di Kota Padang).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dibahas sebelumnya, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*?
3. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*?
4. Apakah terdapat pengaruh kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*.
3. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*.
4. Pengaruh kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen di Toko Makjus *Cake*.

F. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teori
 - a. Bagi Penulis

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gelar sarjana Pendidikan Ekonomi konsentrasi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan untuk menambah pengetahuan di bidang pemasaran.

b. Bagi Pendidikan Ekonomi

Hasil penelitian ini menjadi kontribusi bagi karya ilmiah dan menjadi masukan bagi pengembangan ilmu di bidang pendidikan ekonomi terkhusus pada keahlian tata niaga, selain itu penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan rujukan untuk mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap kepuasan konsumen di dunia pemasaran. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pemahaman yang lebih mendalam tentang kajian tersebut.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Tempat Usaha

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi Toko Makjus *Cake* untuk dapat mengetahui cara meningkatkan kepuasan konsumen melalui faktor-faktor yang dibahas dalam penelitian ini yakni kualitas produk, harga dan kesadaran merek.