

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, KUALITAS PRODUK,  
KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Di Bakso Bakar Sawojajar Malang)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**MANAJEMEN**



**OLEH:**

**EVALDUS ANTO HARSA**

**2018120039**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI  
FAKULTAS EKONOMI  
MALANG  
2022**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Di Bakso Bakar Sawojajar Malang)**

Evaldus Anto Harsa<sup>(1)</sup>  
Dr. Budi Prihatminingtyas, M.AB<sup>(2)</sup>, Imam Hidayat, SE., MM<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang  
<sup>(2)(3)</sup>Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang  
Email: [evhal7649@gmail.com](mailto:evhal7649@gmail.com)

**ABSTRAK**

Strategi pemasaran dari pelaku usaha termasuk UMKM merupakan bentuk upaya pengenalan dalam mengenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan Tujuannya adalah untuk mempengaruhi pelanggan dengan tujuan agar pembeli tertarik pada barang yang dikirimkan. Alasan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh prosedur pameran, kualitas barang, kualitas administrasi dan kepercayaan terhadap kepuasan pembeli. Eksplorasi semacam ini menggunakan penjelasan kuantitatif sebagai kenalan. Daerah ujiannya adalah Bakso Bakar Sawojajar Malang dengan contoh all out sebanyak 70 responden. Instrumen menggunakan polling, investigasi informasi menggunakan kekambuhan langsung yang berbeda, pengujian spekulasi menggunakan uji t dan uji F. Akibat dari beberapa relaps lurus didapatkan koefisien relaps yang positif, hasil pemeriksaan relaps yang berbeda didapatkan nilai koefisien relaps yang positif dan nilai R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,844 (komitmen dampak sebesar 84,4%). Hasil pengujian spekulasi uji-t (setengah jalan) didapatkan bahwa semua faktor bebas bernilai thitung ttabel dengan nilai kritis 0,05 dan akibat uji F (bersamaan) didapatkan nilai Fhitung Ftabel dengan nilai sangat besar 0,05 sehingga Dapat diduga bahwa pajangan, kualitas barang, kualitas administrasi, dan kepercayaan pada dasarnya mempengaruhi kepuasan pembeli baik sedikit (masing-masing) atau secara bersamaan (bersama-sama). Dipercaya para pelaku usaha bakso bakar Sawojajar Malang dalam mempertahankan usahanya dapat fokus pada paduan tampilan seperti prosedur promosi, kualitas barang, kualitas administrasi, bentuk kepastian pelanggan, sehingga dapat membangun rasa kepuasan kepada pembeli, yang pada akhirnya dapat membangun rasa puas kepada pembeli. pembeli memiliki minat untuk membeli kembali dalam waktu yang tidak terlalu lama. nantinya, dan ini secara positif memberikan keuntungan bagi pengusaha bakso bakar Sawojajar Malang, khususnya memperoleh gaji yang besar.

***Kata Kunci: Bakso Bakar Sawojajar Malang, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pemasaran, UMKM.***

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang**

Pengaruh globalisasi saat ini, dunia bisnis semakin meningkat dan semakin ketat. Berbagai perusahaan bahkan sampai Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) bekerja keras agar tetap bersaing dalam mempertahankan usahanya. Persaingan ini menuntut para pelaku usaha bisnis agar tetap aktif serta memaksimalkan kinerja perusahaannya agar tetap bersaing dengan para kompetitornya. Peran perusahaan dan UMKM dalam pembangunan Ekonomi yaitu penyerapan tenaga kerja yang banyak, memberikan kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi perkembangan dan meningkatkan ekonomi lokal.

Menurut Prihatminingtyas (2015) UMKM adalah salah satu latihan keuangan individu yang tetap menjadi keputusan utama dalam memperluas pembangunan moneter, mempertahankan pekerjaan, dan membentuk area lokal yang lengkap dalam perekonomian. Kuantitas UMKM di Indonesia sangat besar, kebetulan bisa mempertahankan dan menambah negara dengan angka kritis, Prihatminingtyas (2017). Dilansir dari Dinas Koperasi dan UMKM atau Depkop, (2019) jumlah UMKM di Kota Malang yaitu 600.54. Artinya Kota Malang menjadi salah satu objek yang berpotensi dalam pengembangan berbagai usaha, mulai dari yang terkecil hingga yang terbesar. Secara garis besar tujuan yang ingin dicapai adalah terwujudnya Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya dalam pengolahan kuliner dan makanan yang bisa memberikan pendapatan.

UMKM Bakso Bakar SS adalah salah satu usaha mikro kecil menengah yang bergerak di bidang kuliner makanan bakso. Usaha bakso bakar ini merupakan olahan makanan dari daging sapi menjadi bakso bakar. Usaha bakso bakar ini termasuk salah satu usaha yang paling diminati masyarakat kota Malang karena terdapat berbagai jenis produk dan rasa yang berbeda dari kuliner lainnya.

Menurut Binasa Cakra, Hidayat Imam dan Lestariningsih (2021) Bisnis dibidang kuliner ialah bisnis yang paling populer dan bisnis ini termasuk usaha yang kreatif. Dengan kemajuan teknologi saat ini membawa dampak besar bagi para pelaku bisnis, semakin hari

pesaing dalam dunia semakin bertambah. Dalam menghadapi persaingan semakin banyak dan ketat maka dari itu setiap instansi di push agar selalu memberikan ide terobosan baru dan inovatif dalam mengenalkan usahanya kepada masyarakat luas yaitu dengan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang cocok dan yang sesuai dengan peningkatan populasi customer dan kuantitas penjualan.

Menurut Yulianti Farida, dkk (2019) Ide-ide pusat mempromosikan menggabungkan persyaratan, kebutuhan, permintaan, penciptaan, utilitas, nilai dan pemenuhan; perdagangan, pertukaran, dan hubungan pasar, periklanan dan pasar. Meskipun sebuah produk atau barang yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus, kalau tidak diimbangi atau diiringi dengan strategi pemasaran yang baik maka tidak menghasilkan keuntungan yang berlipat dalam menerapkan strategi marketing selalu dikelola dengan maksimal mungkin sehingga keinginan customer dan kebutuhan customer bisa dipenuhi dengan maksimal.

Dalam praktek di dunia bisnis, tujuan utama dari para pelaku usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan yaitu dengan cara mengenalkan hasil produksinya kepada masyarakat melalui strategi pemasaran. Dalam mencapai keuntungan tersebut perusahaan tidak hanya mengandalkan strategi pemasaran saja, perusahaan juga mampu menghasilkan produk yang berkualitas, pelayanan yang baik serta membangun kepercayaan antara konsumen dan konsumen demi memenuhi kepuasan pelanggan. Strategi pemasaran merupakan bentuk upaya pengenalan dalam mengenalkan produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan tujuan memberi pengaruh terhadap konsumen agar konsumen tertarik dengan produk yang dihasilkan.

Dalam dunia perbisnisan, pelanggan atau konsumen merupakan salah satu elemen atau faktor kunci dalam mencapai keberhasilan usaha. Oleh karena itu perusahaan bisa memberikan yang terbaik semaksimal mungkin kepada konsumen yang mencakupi strategi pemasaran, kualitas produk, pelayanan serta kepercayaan. Dalam mempercepat pertumbuhan

ekonomi dan menyerap banyak pencari kerja diterapkan dengan ide-ide yang baru dan memberikan terobosan yang berani untuk mengambil sebuah keputusan yang sesuai agar bisa meminimalisir kerugian. (Prihatminingtyas 2015)

Berdasarkan uraian diatas fokus permasalahan yang dikaji pada riset ini ialah pengaruh strategi pemasaran, pengaruh kualitas produk, pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang?
4. Bagaimana Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang?
5. Bagaimana Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang
2. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang
3. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang

4. Untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang
5. Untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen di bakso bakar Sawojajar Malang ?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Bagi Peneliti**

Harapannya bisa memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang luas terkait pengaruh strategi pemasaran, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

##### **2. Manfaat Bagi Universitas**

Riset ini bisa dijadikan sumber acuan dan bagi mahasiswa/ mahasiswi manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

##### **3. Manfaat Bagi Instansi**

Harapannya riset ini menjadi bahan pertimbangan, informasi dan masukan bagi rumah makan bakso bakar Sawojajar Malang mengenai Strategi pemasaran, kualitas produk, pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggun., Dewi. 2020. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Transaksi Menggunakan *E-Comerce* Dengan Niat Transaksi Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)* Vol.02, No.02.
- Astuti., Rini, Isna Ardila, & Rodhitur Rahman Lubis. 2021. Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)* Vol.2 No.2.

- Baco & Bakti. 2020. Pengaruh Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Konter Anton Cell Kecamatan Bataliworu, Kabupaten Muna, Jurnal Administrasi Bisnis Vol.5 No.2.
- Binaraesa, Ni Nyoman Padang Cakra, Imam Hidayat, and Marsudi Lestariningsih. "STORE ATMOSPHERE MEMODERASI PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi pada Konsumen Moonk Cartil & Cafe Surabaya)." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 15.2 (2021): 61-68.
- Elwisam, & Rahayu Lestari. 2019. Penerapan Strategi Pemasaran, Inovasi Produk Kreatif dan Orientasi Pasar Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Vol.4 No.2.
- Fadhli., Khotim & Nia Dwi Pratiwi. 2021. Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian* Vol.2 No.2.
- Haryanto., Dwi, Indra Sukma Sektiyaningsi. 2021. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bus Carter Wisata PT. Hiba Utama Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol.07 No.01.
- Hariyanti Novi, Alexander Wirapraja. 2018. Pengaruh Ifluencer Marketing Sebagai Pemasaran Digital Era Moderen (sebuah studi Literatur). *Jurnal Eksekutif* Vol.15 No.1.
- Husniadi. 2021. Analisis Kepercayaan Konsumen, Kualitas Pelayanan dan Keamanan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Wulan Kokula Selama Masa Covid-19. *Jurnal Kebangsaan* Vol.10 No.20.
- Hidayat, Imam, and Poppy Indrihastuti. "Analisis Rasio Keuangan Terhadap Return Saham Pada Jakarta Islamic Index (JII) Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Akuntansi* 4.3 (2019): 1145-1158.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Maramis., Freekley, Jantje L Sepang & Agus Supandi Soegoto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 6 No. 3.
- Novitawati., Dewi Ayu Retno, Budi Prihatminingtyas & Imansyah. 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* Vol.8 No.4.
- Prabowo Indra Febri., Yulianti Keke, & Bambang Istidja. 2021. Pengaruh Startegi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pemebelian Konsumen di PT. Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol.15 No.2.
- Prihatminingtyas., B & Imam Hidayat. 2020. Pengaruh Motivasi, Kreatifitas, Inovasi, resiko dan Norma Terhadap Kepuasan Kerja (Studi kasus pada UD Putra Dasrim Kota Malang).
- Prihatminingtyas Budi. 2018. Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Malang. *Conference On Innovation And Applications Of science And Technology (CIASTECH)*, ISSN:2222:1905.
- Prihatminingtyas, Budi. 2019. *Buku Etika Bisnis Suatu Pendekatan dan Aplikasi Terhadap Stake Holders*. ISBN 976-602-0726-47-2, www.Irdhcenter.com.
- Sari., Ayu & Marsudi Lestaraningsi. Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Aplikasi Shopee (Studi Pada Mahasiswa Stie Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 10 No.5.

- Setyorini., Hany, Mas'ud Effendi dan Imam Santoso. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi: Restoran WS Soekarno Hatta Malang). Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri Vol5 No.1.
- Stanton, J. William. 1985. Prinsip Pemasaran. Ed.7. Terjemahan oleh Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Sudirman., Acai, Efendi, & Sri Harini. 2020. Kontribusi Harga dan Kepercayaan Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi. Journal Of Business and Banking Vol.9 No.2.
- Sumadi., Muhamad Tho'in, Tino Feri Efendi & Diyah Permatasari. Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Naught Hijab Store). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol.7 No.02.