

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITA RASA, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KAMPUNG DAWET JABUNG**

SKRIPSI



Oleh:
Nama : Elfazananda Putri Andini
NIM : 21415455
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITA RASA, DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI KAMPUNG DAWET JABUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Elfazananda Putri Andini

NIM : 21415455

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

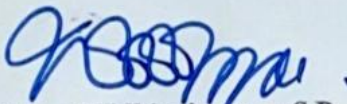
2025

HALAMAN PENGESAHAN

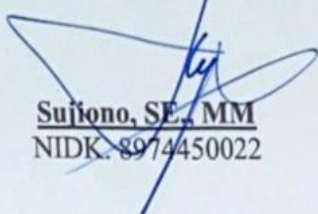
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan *Brand Image*
terhadap Kepuasan Konsumen di Kampung Dawet Jabung
Nama : Elfazananda Putri Andini
NIM : 21415455
Tempat, Tgl. Lahir : Ponorogo, 12 Juni 2003
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I


Wahna Widhianingrum, S.P., M.M
NUPTK. 3439764665230213

Ponorogo, 14 Mei 2025
Pembimbing II


Sujiono, SE., MM
NIDK. 8974450022

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si
NIDK. 01016 199904 12

Dosen Penguji:


Wahna Widhianingrum, S.P., M.M
NUPTK. 3439764665230213


Dra. Umi Farida, MM
NUPTK. 4442739640230082


Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NUPTK. 6736748649230192

RINGKASAN

Kampung Dawet Jabung Ponorogo sebagai salah satu UMKM di bidang kuliner turut mengalami peningkatan dan inovasi di bidang pelayanan sehingga meninggalkan kesan yang menarik bagi konsumen. Kesan menarik pada konsumen mampu menimbulkan rasa puas terhadap suatu hal. Dalam bisnis kuliner, kepuasan konsumen diperoleh melalui berbagai faktor, diantaranya kualitas layanan, cita rasa, dan *brand image*. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, cita rasa, dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo. Penelitian ini dilakukan pada 100 konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo yang diperoleh secara *accidental sampling* dimana pelaksanaan penelitian berlangsung selama 14 hari. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* pada konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo dan data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.007 < 0.05$ dan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($6,480 > 1.66088$), cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.001 < 0.05$ dan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($3.530 > 1.66088$), *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel ($3.937 > 1.66088$), dan kualitas layanan, cita rasa, dan *brand image* secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ dan F_{hitung} adalah sebesar 43.750 ($43.750 > 2.699$). Sebagai pelaku usaha, mempertimbangkan kualitas layanan, cita rasa, dan *brand image* merupakan salah satu langkah yang konkrit agar Kampung Dawet Jabung Ponorogo dapat mempertahankan kepuasannya. Cita rasa dapat lebih ditonjolkan untuk menarik minat dan daya beli konsumen. Terlebih dalam hal ini menu yang disajikan merupakan menu khas Kabupaten Ponorogo, jika cita rasa lebih ditingkatkan mampu menarik kesan bagi pengunjung baik pengunjung lokal maupun pengunjung dari wilayah lain.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Cita Rasa, Brand Image, dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala pujian hanya milik Allah subhana wa ta'ala, karena rahmat-

Nya lah peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah dengan judul “**Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen di Kampung Dawet Jabung**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada uswatun khasanah yang syafaatnya selalu di nantikan oleh umatnya pada hari kiamat kelak, Nabi Muhammad shallahu'alaihi wa sallam, semoga shalawat juga senantiasa bersambung kepada keluarga beliau, sahabat-sahabat beliau dan orang-orang yang senantiasa mengikuti sunnah-sunnah beliau, semoga Allah meridhoi kita bersama mereka.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Kepada orang tua khususnya, serta saudara/keluarga atas segala pengorbanan, dedikasi, dukungan dan perjuangannya yang karena sebabnya peneliti dapat sampai pada titik ini semoga Allah balas kebaikan-kebaikan mereka dengan surga Nya.
2. Bapak Dr. Slamet Santoso, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Bapak Dr. Riawan, S.Pd., M.M., selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Wahna Widhianingrum, S.P., M.M., dan Bapak Sujiono, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, motivasi dan saran dari awal hingga akhir sehingga skripsi dapat tuntas dengan baik.
5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama kuliah.
6. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat senang dan dengan tangan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini memberikan manfaat yang berarti.

Ponorogo, Mei 2025



Penulis

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan di isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, Mei 2025



Elfazananda Putri Andini
NIM. 21415455

MOTTO

TUJUAN YANG INDAH TIDAK DICAPAI DENGAN MUDAH



DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
RINGKASAN	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vii
MOTTO.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Manajemen.....	9
2.2 Manajemen Pemasaran	11
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	11

2.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.3	Strategi Pemasaran	14
2.2.4	Konsepsi Inti Pemasaran	15
2.2.5	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	17
2.3	Kepuasan Konsumen	21
2.3.1	Pengertian Konsumen.....	21
2.3.2	Perilaku Konsumen	22
2.3.3	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	23
2.3.4	Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen...	25
2.3.5	Dimensi Kepuasan Konsumen	28
2.3.6	Ciri-ciri Konsumen yang Puas	29
2.3.7	Indikator Kepuasan Konsumen	29
2.4	Kualitas Layanan	31
2.4.1	Pengertian Kualitas Layanan.....	31
2.4.2	Karakteristik Layanan	32
2.4.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	33
2.4.4	Kualitas Layanan menurut Harapan Konsumen.....	37
2.4.5	Cara Mengukur Kualitas Layanan.....	38
2.4.6	Indikator Kualitas Layanan	39
2.5	Cita Rasa	40
2.5.1	Pengertian Cita Rasa	40
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa	41
2.5.3	Indikator Cita Rasa.....	41

2.6 <i>Brand Image</i>	44
2.6.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	44
2.6.2 Faktor-faktor dalam <i>Brand Image</i>	44
2.6.3 Indikator <i>Brand Image</i>	46
2.7 Penelitian Terdahulu	46
2.8 Kerangka Konseptual Penelitian	51
2.9 Hipotesis	51
2.9.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen ..	51
2.9.2 Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen	52
2.9.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	53
2.9.4 Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Konsumen	54
BAB III METODE PENELITIAN	55
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	55
3.2 Populasi dan Sampel	56
3.2.1 Populasi	56
3.2.2 Sampel	56
3.3 Jenis dan Metode Pengambilan Data	57
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	57
3.3.2 Alat dan Teknik Pengumpulan Data	58
3.4 Definisi Operasional Variabel	60
3.4.1 Variabel Independen	60
3.4.2 Variabel Dependen	64

3.5 Metode Analisis Data.....	65
3.5.1 Statistik Deskriptif.....	66
3.5.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	66
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi.....	69
3.5.5 Uji Hipotesis.....	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.1.2 Hasil Pengumpulan Data.....	76
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian.....	86
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
4.1.5 Uji Koefisien Determinasi.....	91
4.1.6 Uji Hipotesis.....	93
4.2 Pembahasan	100
4.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo.....	100
4.2.2 Pengaruh Cita Rasa terhadap Kepuasan Konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo.....	104
4.2.3 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo.....	106
4.2.4 Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa, dan Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen Kampung Dawet Jabung Ponorogo	108
BAB V PENUTUP.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran	112

DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	120



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert.....	58
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	74
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian 1 Bulan Terakhir	76
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1) (N=100)	78
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Cita Rasa (X2) (N=100)	79
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Brand Image (X3) (N=100)	80
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y) (N=100)	81
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 4.11	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Tabel 4.13	Hasil Uji t.....	90
Tabel 4.14	Hasil Uji F.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	49
Gambar 3.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	69
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	125
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	138
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	142
Lampiran 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif	146
Lampiran 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	153
Lampiran 7. Letter of Acceptance.....	157
Lampiran 8. Jurnal	158
Lampiran 9. Berkas Acara Bimbingan Skripsi	172

