

“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA MINUMAN “BOBA TERSERAH” DI KOTAMOBAGU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN”*THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE OF BOBA TERSERAH DRINK IN KOTAMOBAGU ON CONSUMER SATISFACTION*

Oleh:

Franklin Carundeng¹
Michael Ch. Raintung²¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

franklincarundeng062@student.unsrat.ac.id
michaelraintung@unsrat.ac.id

Abstrak: Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kualitas produk dan harga minuman Boba Terserah Di kotamobagu terhadap kepuasan konsumen, (2) Pengaruh kualitas produk minuman Boba terserah Kota, obagu terhadap kepuasan konsumen, (3) pengaruh harga minuman Boba terserah Di kotamobagu terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh kualitas produk dan harga Boba terserah di kotamobagu terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 146.288 dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. terdapat pengaruh kualitas produk minuman Boba terserah di kotamobagu terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 8.256 dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. Terdapat pengaruh secara parsial variabel harga minuman Boba terserah Di kotamobagu terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung 4.129 dan tingkat signifikansi sebesar 0.000.

Kata Kunci : Kepuasan konsumen, kualitas produk, harga

Abstract: Highly satisfied customers usually stay loyal for a longer time, buy again when the company introduces new products and upgrades old products, talks good things about the company and the product to others. This study aims to determine: (1) the effect of product quality and the price of Boba Terserah Di kotamobagu drinks on consumer satisfaction, (2) The effect of the quality of Boba's drinks on Di kotamobagu, on consumer satisfaction, (3) the influence of Di kotamobagu's Boba drink prices on consumer satisfaction. This research is a quantitative research. The sample used in this study amounted to 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The data analysis technique used is the classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the study show that (1) there is an effect of product quality and Boba's price on the city of Mobagu on consumer satisfaction. This is evidenced by the calculated F value of 146,288 with a significant level of 0.000 less than 0.05. There is an effect of the quality of Boba's beverage products on di kotamobagu partially on consumer satisfaction. This is evidenced by the t-count value of 8.256 with a significant level of 0.000 less than 0.05. There is a partial effect of the variable price of Boba drinks up to Di kotamobagu on consumer satisfaction. This is evidenced by the t-count value of 4.129 and a significant level of 0.000.

Keywords: Consumer satisfaction, product quality, price

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di zaman modern serba digitalisasi ini dengan semakin ketatnya persaingan membuat bisnis harus memiliki strategi dalam memenuhi kebutuhan konsumen untuk dapat bersaing memasarkan produknya. Ditambah lagi pandemic virus covid 19 diseluruh dunia mengharuskan Perusahaan harus mampu merancang strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Ada banyak strategi pemasaran untuk bisa memuaskan konsumen misalnya dengan memberikan produk yang berkualitas dan harga yang bisa di jangkau konsumen.

Mayoritas pelaku UMKM di Indonesia mengakui bahwa pendapatannya menurun akibat dampak covid19 yang menjadi pandemic diseluruh dunia. Dampak berkurangnya pendapatan masyarakat atau konsumen juga berlaku pada masyarakat di Sulawesi Utara. Terlihat di batasnya jam operasional pertokoan dan rumah makan bahkan juga pasar tradisional mengakibatkan turunnya pendapatan para pedagang. Begitu juga di daerah Kota Di kotamobagu, pemerintah Kota menerapkan pembatasan perdagangan bagi para pedagang baik itu pertokoan besar, pasar tradisional sampai warung makan kecil.

Tren minuman dengan topping boba kian menjamur di Indonesia, beberapa orang menjadikan kesempatan ini sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Adapun salah satu bisnis minuman boba yang ada di Kota Di kotamobagu adalah minuman Boba dengan merek Boba Terserah. Bisnis ini di mulai pada awal-awal pandemi covid19 yaitu pada Bulan Mei 2020. Minuman Boba Terserah ini dijual dengan berbagai macam rasa dan harga yang bervariasi.

Sintesis yang peneliti peroleh dari studi terdahulu Lestari dan Yusuf (2019) dan Han et all (2019), menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Minuman "Boba Terserah" di Kotamobagu Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga Minuman "Boba Terserah" Di kotamobagu berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Minuman "Boba Terserah" Di kotamobagu berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga Minuman "Boba Terserah" Di kotamobagu berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016:27), menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai berikut: *Marketing management is the art and science of choosing target markets and getting, keeping, and growing customers through creating, delivering, and communicating superior customer value.* Artinya Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Bauran Pemasaran

Lupiyoadi (2013:92) Bauran pemasaran merupakan perangkat/alat bagi pemasaran yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penentuan posisi yang ditetapkan dapat berjalan sukses.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:164), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Indikator Kualitas Produk makanan yang digunakan pada penelitian ini adalah (Menurut Lovkwood, Pantelidis, dan Peter Alcott)2018:27) : porsi (*portion*, rasa (*taste*), tekstur, aroma, warna

Harga

Menurut Tjiptono (2016 : 178), secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan kebutuhan dan keinginan tertentu. Menurut Rosvita (2010), harga memiliki 3 indikator yang terdiri dari: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga

Kepuasan Pelanggan

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2015:23) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Indikator Kepuasan Pelanggan Boba Terserah, yaitu : tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih, memberi masukan.

Penelitian Terdahulu

Sudari et all (2019). Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa Penemuan tersebut menunjukkan bahwa produk, promosi, tempat dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UKM produk makanan dan minuman di Malaysia. Apalagi kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Penemuan juga menunjukkan bahwa produk, promosi, tempat dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Lumintang dan Rotinsulu (2015). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Holland Bakery. Manajemen sebaiknya meningkatkan kepuasan konsumen dan fokus terhadap strategi pemasaran seperti kualitas produk dan kualitas layanan.

Cahyani dan Sitohang (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil Uji kelayakan model diketahui bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen, dan variabel kualitas produk adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen.

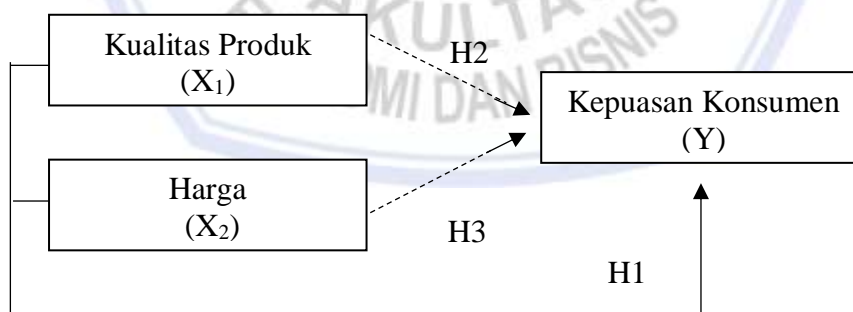
Hipotesis Penelitian

H₁ : Diduga bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H₂ : Diduga bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

H₃ : Diduga bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber: Kajian Teori 2020

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Jenis Penelitian ini adalah penelitian asosiatif kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih (Sugiyono, 2015:112).

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli minuman Boba Terserah.. Untuk menentukan berapa besar jumlah sampel sebagai wakil populasi, peneliti menggunakan pedoman Rumus Slovin. Jumlah populasi pembeli pada bulan Maret 2021 sebanyak 8000 konsumen dan jumlah sampel adalah 99,9 yang dibulatkan menjadi 100 konsumen. Teknik Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Purposive Sampling yaitu adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh konsumen Boba Terserah. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari beberapa sumber data yang dapat mendukung serta memenuhi informasi yang diperlukan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. Responden adalah orang yang dijadikan sumber data dalam suatu penelitian. Pada kuesioner pertanyaan disusun dalam bentuk kalimat tanya, sedangkan pada angket, pertanyaan disusun dalam kalimat pernyataan dengan opsi jawaban yang tersedia digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen Boba Terserah.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Ghozali (2012:52) menjelaskan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu angket atau kuesioner. Ghozali (2012:47) dijelaskan bahwa uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur angket atau kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas kuisioner penelitian, uji asumsi klasik (uji Normalitas dan uji Heteroskedastitas dan uji Multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2019). Cara termudah untuk melihat normalitas yaitu analisis grafik. Analisis grafik digunakan untuk melihat normalitas data dilakukan dengan melihat grafik histogram dan kurva normal probability plot. Pada grafik histogram, suatu data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung seimbang baik pada sisi kiri maupun pada sisi kanan atau berbentuk lonceng.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2019).

Uji Heterokedastisitas

Uji hesterokedastitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali, 2019). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedestitas, dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat atau dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Pengujian Hipotesis

Uji f (Simultan)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara serentak terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2019). Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, tapi jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti bahwa secara serentak X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y .

Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2019). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis nol diterima (koefisien regresi tidak signifikan).

Hasil Penelitian

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

HASIL PENELITIAN

	ITEM	R hitung	R tabel	KETERANGAN
X1 = Word of Mouth	X1.1	0.686	0.195	Valid
	X1.2	0.858	0.195	Valid
	X1.3	0.808	0.195	Valid
	X1.4	0.791	0.195	Valid
	X1.5	0.768	0.195	Valid
X2 = Kualitas Produk	X2.1	0.747	0.195	Valid
	X2.2	0.800	0.195	Valid
	X2.3	0.743	0.195	Valid
Y = Kepuasan Pembelian	Y.1	0.686	0.195	Valid
	Y.2	0.730	0.195	Valid
	Y.3	0.774	0.195	Valid
	Y.4	0.800	0.195	Valid
	Y.5	0.800	0.195	Valid

Sumber: Data Olahan 2021

Dapat dilihat bahwa terlihat bahwa besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan yang terdiri dari lima butir pernyataan variable kualitas produk (X_1), tiga butir pernyataan variable harga (X_2), dan lima butir pernyataan variable kepuasan konsumen (Y). hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai rhitung lebih besar dari rtabel (0.195). Dapat disimpulkan seluruh butir pernyataan adalah valid.

Hasil Penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

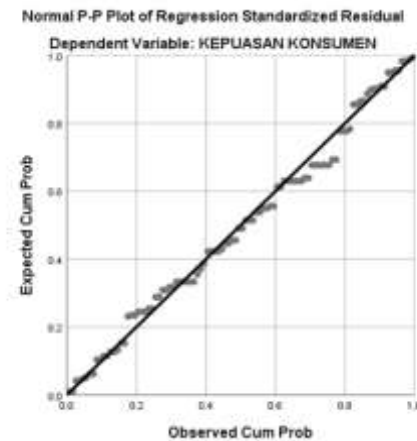
Nama Variabel	Alpha cronbach's	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0.843	0.195	RELIABEL
Harga (X_2)	0.642	0.195	RELIABEL
Kepuasan Konsumen(Y)	0.816	0.195	RELIABEL

Sumber: Data Olahan 2021

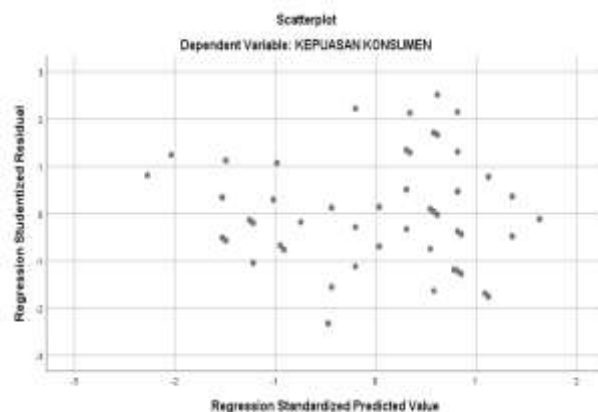
Dari hasil uji reliabilitas diperoleh alpha Cronbach untuk variable kualitas produk (X_1) adalah 0.843, kemudian variable harga (X_2) adalah 0.642, dan variable kepuasan konsumen (Y) adalah 0.816, sedangkan rtabel pada penelitian ini dengan jumlah responden (N) berjumlah 100 adalah 0.195. Kesimpulan yang diambil adalah butir-butir pernyataan pada variabel penelitian merupakan pernyataan yang reliabel. Dari ketiga hasil analisis reliabilitas diatas dapat diartikan bahwa secara menyeluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah dinyatakan reliabel atau andal.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Gambar dibawah menunjukkan bahwa grafik Normal *P-P of Regression Standardized Residual* menggambarkan data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber: Data Hasil Olahan, 2022

Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas

Gambar 3. Uji Asumsi Klasik Heterokedastisitas
Sumber: Data Hasil Olahan, 2022

Gambar diatas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan lain kedalam model regresi. Model penelitian yang baik adalah homokedastisitas, yaitu varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain hasilnya tetap. Berdasarkan hasil output gambar diatas menunjukkan bahwa koefisien parameter untuk semua variable independent yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas dilihat dari scatterplot yang menyebar dan tidak membentuk pola tertentu.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.462	2.164
.462	2.164

Sumber: Data Hasil Olahan, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel, tabel diatas tolerance value > 0.10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable independent tersebut tidak terdapat hubungan multikolinieritas dan dapat digunakan untuk memprediksi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.751	.746	1.203

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Output SPSS, 2022

Pada model *summary* diketahui bahwa Nilai koefisien korelasi (R) adalah 0.867. Nilai koefisien determinasi (R²) adalah 0.751.

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	423.751	2	211.875	146.288	.000 ^b
	Residual	140.489	97	1.448		
	Total	564.240	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Sumber: Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil F hitung adalah 146.288 dan F tabel 2,71 dengan signifikansi sebesar 0,000 maka dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga secara bersama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan tingkat signifikan p-value = 0,000, maka H1 diterima.

Tabel 6. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	T hitung	Sig
Kualitas Produk (X1)	8.256	,000
Harga (X2)	4.129	,000

Sumber: Output SPSS, 2022

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 8.256, untuk variabel Harga (X2) adalah sebesar 4.129; Dengan tingkat signifikansi 5%. Maka untuk variabel *independen* hipotesis diterima.

Tabel 6. Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	3.205	1.051
Kualitas Produk	.563	.068
Harga	.490	.119

Sumber: Output SPSS, 2022

Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0.563 menunjukkan terdapat pengaruh positif Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0.490 menunjukkan terdapat pengaruh positif Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Penelitian ini menguji apakah kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman Boba Terserah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Boba terserah Di kotamobagu. Melalui pengamatan di lokasi penelitian dan pertanyaan pada responden dapat diketahui mengapa hasil penelitian mendapatkan hasil yang positif.

Hasil penelitian ini berjalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Yusuf (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas makanan dan Harga bahwa secara parsial terdapat pengaruh kualitas makanan terhadap keputusan pembelian. Dan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh kualitas makanan dan harga terhadap keputusan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ini memberikan hasil bahwa secara parsial atau sendiri variable kualitas produk (X1) memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Boba terserah. Secara pengamatan dilokasi penelitian dan hasil wawancara dengan responden penelitian, hasil positif dan signifikan ini sesuai dengan hasil pengolahan data melalui software SPSS 25. Kualitas produk minuman Boba terserah ini memang baik. Kemasannya juga berkualitas dan rasanya juga enak sehingga konsumen merasa puas mengkonsumsi minuman Boba Terserah ini.

Hasil penelitian ini berjalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumintang dan Rotinsulu (2015) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Holland Bakery Boulevard Manado.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengujian simultan (Uji f) menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Sehingga Harga dikatakan bahwa mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Hasil penelitian melalui pengolahan data secara parsial variable harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun jawaban responden dengan melihat frekwensi jawaban atas pernyataan yang diberikan peneliti adalah bahwa untuk harga boba terserah sangat terjangkau memberikan nilai yang paling tinggi.

Hasil penelitian ini berjalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sudari et all (2019) yang menyatakan bahwa produk, promosi, tempat dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UKM produk makanan dan minuman di Malaysia. Penemuan juga menunjukkan bahwa produk, promosi, tempat dan harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen minuman Boba Terserah di Kotamobagu
2. Secara parsial Kualitas Produk lebih berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen minuman Boba Terserah di Kotamobagu
3. Secara parsial Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen minuman Boba Terserah di Kotamobagu

Saran

Saran yang dapat peneliti berikan pada produsen Boba Terserah di Kotamobagu adalah:

1. Tingkatkan Kualitas Produk minuman Boba Terserah di Kotamobagu
2. Sesuaikan harga dengan pendapatan konsumen yang membeli minuman Boba Terserah di Kotamobagu
3. Godigital atau pemasaran secara digital misalnya lewat media sosial baik dilakukan pada masa pandemic covid 19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyani dan Sitohang (2016)Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/527/536>.

Han et al (2019) Role of airline food quality, price reasonableness, image, satisfaction, and attachment in building re-flying intention. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431918308235>.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid. Jakarta: PT. Indeks.

Lumintang dan rotinsulu (2015). Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/8293>.

Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.

Sudari et al (2019) Retracted: Measuring the critical effect of marketing mix on customer loyalty through customer satisfaction in food and beverage products. http://www.growingscience.com/msl/Vol9/msl_2019_125.pdf.

Tjiptono,Fandy & Diana Anastasia . 92015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. (2016). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

