

**EKSPLORASI PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN (PRODUK) DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENCAPAI KEPUASAN KONSUMEN
DI KANTIN UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM**

SKRIPSI

*Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Terapan pada
Prodi Bisnis Digital, Fakultas Vokasi
Universitas Sali Al-Aitaam*



Diajukan oleh:

Hanapi Muhammad Yusuf

2161313007

**PROGRAM STUDI D-IV BISNIS DIGITAL
FAKULTAS VOKASI
UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM
BANDUNG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**EKSPLORASI PEMAHAMAN KONSUMEN TERHADAP
BAURAN PEMASARAN (PRODUK) DAN KUALITAS
PELAYANAN DALAM MENCAPAI KEPUASAN KONSUMEN
DI KANTIN UNIVERSITAS SALI AL-AITAAM**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Hanapi Muhammad Yusuf

2161313007

Telah disidangkan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 07 Agustus 2025

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Prodi : Kartijo, S.E., M.M.

Penguji : Drs. H. Ahmad Husen, S.E., M.M.

Bandung, 07 Agustus 2025

Direktur Vokasi

Universitas Sali Al-Aitaam

Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si, Ak., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA.

NIDN. 406087101

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi D-IV Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam adalah benar merupakan hasil karya penulis sendiri.

Adapun pengutipan-pengutipan yang penulis lakukan pada bagian-bagian tertentu dari hasil karya orang lain dalam penulisan Skripsi ini, telah penulis cantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis sendiri atau adanya plagiat dalam bagian tertentu, penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Pembimbing,

(Materai 10.000)

Hanapi Muhammad Yusuf

NIM. 2161316017

Fauziyyah Sahar, S.E., M.M

NIDN. 0411099301

ABSTRAK

Layanan kantin di lingkungan perguruan tinggi memegang peranan penting dalam mendukung kenyamanan dan kesejahteraan mahasiswa. Namun, keberadaan kantin sering kali belum dikelola secara optimal dari segi strategi pemasaran dan kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi pemahaman konsumen khususnya mahasiswa terhadap bauran pemasaran (produk) dan kualitas pelayanan dalam upaya mencapai kepuasan konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap dua aspek utama, yaitu produk dan pelayanan, serta bagaimana keduanya saling berkontribusi dalam membentuk pengalaman konsumsi yang memuaskan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam terhadap 20 informan yang dipilih secara purposif, observasi langsung di lokasi kantin, serta dokumentasi visual dan catatan lapangan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik koding manual, reduksi data, dan kategorisasi tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, terutama rasa makanan, variasi menu, dan harga, merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Sementara itu, kualitas pelayanan seperti keramahan staf, kecepatan layanan, dan sikap komunikatif menjadi faktor pendukung yang dapat memperkuat persepsi positif mahasiswa terhadap layanan kantin. Selain itu, aspek kenyamanan fisik dan kebersihan lingkungan turut menjadi pertimbangan penting dalam membentuk loyalitas konsumen terhadap kantin kampus. Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan konsumen di kantin perguruan tinggi dibentuk melalui kombinasi sinergis antara kualitas produk dan pelayanan. Implikasi dari temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep kepuasan pelanggan di sektor jasa mikro, serta memberikan masukan praktis bagi pengelola kantin dalam meningkatkan mutu layanan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan pendekatan kuantitatif atau mixed-methods agar temuan ini dapat diuji secara lebih luas dan mendalam.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Pelayanan, Bauran Pemasaran, Kantin Kampus

ABSTRACT

Canteen services within university environments play a crucial role in supporting student comfort and well-being. However, these facilities are often not managed optimally in terms of marketing strategies and service quality. This study aims to explore consumer understanding particularly that of students—regarding the marketing mix (product) and service quality in achieving customer satisfaction at the University of Sali Al-Aitaam Canteen. The main objective of this research is to identify consumer perceptions of product and service dimensions and how both contribute to a satisfying consumption experience. This research adopts a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews with 20 purposively selected informants, direct observation at the canteen site, as well as visual documentation and field notes. The data were analyzed using manual coding, data reduction, and thematic categorization. The findings reveal that product quality especially taste, menu variety, and pricing is the primary factor influencing consumer satisfaction. Meanwhile, service quality aspects such as staff friendliness, service speed, and communicative attitudes act as supporting elements that strengthen students' positive perceptions of the canteen service. Furthermore, physical comfort and cleanliness are also essential in shaping consumer loyalty toward the university canteen. The study concludes that consumer satisfaction in campus canteens is formed through a synergistic combination of product and service quality. These findings contribute theoretically to the development of customer satisfaction concepts in micro-service sectors and offer practical recommendations for canteen managers in enhancing service quality. Future studies are encouraged to adopt quantitative or mixed-method approaches to validate and expand these findings more comprehensively.

Keywords: Customer Satisfaction, Product Quality, Service, Marketing mix, Campus Canteen

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Eksplorasi Pemahaman Konsumen terhadap Bauran Pemasaran (Produk) dan Kualitas Pelayanan dalam Mencapai Kepuasan Konsumen di Kantin Universitas Sali Al-Aitaam.”** Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Bisnis Digital, Fakultas Vokasi, Universitas Sali Al-Aitaam.

Penelitian ini merupakan hasil dari proses belajar, observasi langsung, serta refleksi kritis terhadap praktik layanan dan strategi pemasaran yang diterapkan di kantin Universitas Sali Al-Aitaam. Penulis berupaya mengkaji secara mendalam bagaimana persepsi mahasiswa sebagai konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, serta bagaimana kedua faktor tersebut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai dinamika layanan publik di lingkungan pendidikan tinggi.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada:

1. Ibu Fatimah Nurjannati Iskandar, S.E., M.Ak., selaku Rektor Universitas Sali Al-Aitaam, atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama penulis menempuh pendidikan.

2. Bapak Dr. Dasep Heriansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA., ASEAN CPA., selaku Direktur Vokasi Universitas Sali Al-Aitaam, yang senantiasa mendorong pengembangan akademik mahasiswa.
3. Bapak Kartijo, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital, atas bimbingan dan dorongan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi.
4. Ibu Fauziyyah Sahar, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Para staf kantin dan pengunjung kantin Universitas Sali Al-Aitaam, yang telah bersedia menjadi responden serta memberikan informasi berharga selama proses pengumpulan data.
6. Kepada kedua orang tua tercinta, yang dengan penuh kasih sayang, doa, serta pengorbanan telah menjadi pilar utama dalam setiap langkah saya. Terima kasih atas kesabaran, ketulusan, dan cinta yang tidak pernah berkurang sedikit pun. Segala pencapaian ini tidak akan pernah terwujud tanpa doa yang selalu dipanjatkan dan dukungan yang tiada henti diberikan. Keduanya adalah inspirasi terbesar sekaligus motivasi terkuat dalam hidup saya.
7. Kepada keluarga tercinta, yang selalu menjadi tempat pulang terbaik dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Terima kasih atas kasih sayang yang tulus, doa yang tiada henti dipanjatkan, serta dukungan moril maupun materiil yang diberikan tanpa mengenal lelah.

8. Kepada sahabat-sahabat tersayang, yang senantiasa hadir di berbagai momen, baik dalam kebahagiaan maupun kesulitan. Terima kasih telah menjadi teman berbagi cerita, tempat bertukar pikiran, dan sandaran di saat penat melanda.
9. Kepada rekan-rekan mahasiswa seperjuangan, yang bersama-sama melewati hari-hari penuh kerja keras, diskusi panjang, tugas menumpuk, hingga perjuangan menyelesaikan penelitian dan laporan akhir. Terima kasih atas kebersamaan, kolaborasi, dan semangat saling mendukung yang selalu terjalin. Tanpa kebersamaan dan kekompakan, perjalanan akademik ini tidak akan seindah dan bermakna seperti yang saya rasakan saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun sebagai kontribusi nyata bagi pengembangan layanan publik di lingkungan pendidikan tinggi, khususnya dalam konteks manajemen kantin universitas.

Bandung, 07 Agustus 2025

Penulis,

Hanapi Muhamad Yusuf

2161316007

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Teoretis.....	8
1.5.2. Manfaat Praktis	9
1.6. Batasan Masalah	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1. Konsep yang Diteliti.....	12
2.1.1. Bauran Pemasaran (Produk).....	12

2.1.2.	Kualitas Pelayanan	12
2.1.3.	Kepuasan Konsumen.....	13
2.1.4.	Lingkungan Fisik Konsumen	14
2.1.5.	Persesi Kesesuaian Harga.....	14
2.2.	Telaah Penelitian Terdahulu.....	15
2.2.1	Telaah Pustaka	15
2.2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Konseptual	23
2.4.	Kerangka Berfikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		32
3.1.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
3.1.1.	Tempat Penelitian	32
3.1.2.	Waktu Penelitian.....	32
3.2.	Informan	33
3.2.1.	Target Informan.....	33
3.2.2.	Prosedur Rekrutment Informan.....	34
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.	Validitas dan Reabilitas Data	37
3.4.1.	Kredibilitas (Credibility)	37
3.4.2.	Transferabilitas (Transferability).....	38
3.4.3.	Dependabilitas (Dependability).....	38
3.4.4.	Konfirmabilitas (Confirmability)	38
3.5.	Teknik Pengolahan Data.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Hasil Penelitian.....	41
4.1.1. Gambaran Umum Tempat Penelitian	41
4.1.2. Karakteristik Umum Informan Penelitian	43
4.1.3. Proses Pengumpulan dan Pengolahan Data	46
4.1.4. Deskripsi Temuan Penelitian.....	49
4.1.5. Validitas Instrument Penelitian.....	54
4.1.6. Interpretasi Temuan.....	57
4.2. Pembahasan Temuan Penelitian	64
BAB V PENUTUP.....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Implikasi	72
5.2.1 Implikasi Teoretis.....	72
5.2.2 Implikasi Praktis.....	73
5.3. Keterbatasan Penelitian	75
5.4. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	25
Gambar 4. 1 Kantin Universitas Sali Al-Aitaam	41
Gambar 4. 2 Model Dinamis Interaksi Menuju Kepuasan Konsumen.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. 2 Relasi Logis Antar Konsep	28
Tabel 3. 1 Jadwal Waktu Penelitian.....	32
Tabel 4. 1 Analisis Temuan.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Struktur Panduan Wawancara.....</i>	<i>84</i>
<i>Lampiran 2 Kartu Bimbingan</i>	<i>89</i>
<i>Lampiran 3 Transkrip Redaksi Wawancara</i>	<i>90</i>
<i>Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....</i>	<i>129</i>
<i>Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....</i>	<i>133</i>

