

# HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP KUALITAS PRODUK DENGAN KEPUASAN KONSUMEN XIJI STREET SNACK DI MALL PARAGON SEMARANG

**Sonia Olivia Harianto Sardjono, Endah Mujiasih**

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, SH., Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

[sniaolivia@gmail.com](mailto:sniaolivia@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan persepsi konsumen terhadap kualitas produk dengan kepuasan konsumen Xiji Street Snack di Mall Paragon Semarang. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas produk dengan kepuasan konsumen Xiji Street Snack di Mall Paragon Semarang. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Xiji Street Snack di Mall Paragon Semarang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 96 orang konsumen Xiji Street Snack di Mall Paragon Semarang dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan dua alat ukur yaitu: Skala persepsi konsumen terhadap kualitas produk (29 aitem,  $\alpha = 0,920$ ) dan Skala kepuasan konsumen (21 aitem,  $\alpha = 0,876$ ). Hasil pengolahan data menggunakan uji Pearson Correlation diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,763 dengan nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ). Hasil ini menunjukkan ada hubungan positif antara persepsi konsumen terhadap kualitas produk dengan kepuasan konsumen Xiji Street Snack di Mall Paragon Semarang. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan hubungan kedua variabel bersifat positif sehingga apabila semakin tinggi persepsi konsumen terhadap kualitas produk Xiji Street Snack, maka semakin tinggi kepuasan konsumen Xiji Street Snack Mall Paragon Semarang. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat mengambil data pada saat konsumen menunggu makanan sehingga konsumen lebih fokus melakukan pengisian kuesioner. Peneliti mendatang juga dapat melakukan penelitian pada usaha lain yang dapat digunakan sebagai pembandingan dari penelitian ini.

**Kata kunci:** persepsi konsumen terhadap kualitas produk, kepuasan konsumen, konsumen Xiji Street Snack Mall Paragon Semarang.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTIONS OF PRODUCT  
QUALITY WITH CUSTOMER SATISFICATION XIJI STREET SNACK  
AT MALL PARAGON SEMARANG**

**Sonia Olivia Harianto Sardjono, Endah Mujiasih**

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, SH., Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

[sniaolivia@gmail.com](mailto:sniaolivia@gmail.com)

**Abstrak**

This study aims to determine the relationship between consumer perceptions of product quality and customer satisfaction at Xiji Street Snack at Paragon Mall Semarang. The hypothesis of this study is that there is a positive relationship between perceptions of product quality and customer satisfaction at Xiji Street Snack at Paragon Mall Semarang. The population of this research is all consumers of Xiji Street Snack at Paragon Mall Semarang. The sample used in this study were 96 consumers of Xiji Street Snack at Paragon Mall Semarang using purposive sampling technique. The data collection method used two measuring instruments, namely: the scale of consumer perceptions of product quality (29 items, = 0.920) and the scale of consumer satisfaction (21 items, = 0.876). The results of data processing using the Pearson Correlation test obtained a correlation coefficient of 0.763 with a value of  $p = 0.000$  ( $p < 0.05$ ). These results indicate that there is a positive relationship between consumer perceptions of product quality and customer satisfaction at Xiji Street Snack at Paragon Mall Semarang. The conclusion of this study shows that the relationship between the two variables is positive so that the higher the consumer's perception of the product quality of Xiji Street Snack, the higher the customer satisfaction of Xiji Street Snack Mall Paragon Semarang. Further researchers are expected to be able to take data when consumers are waiting for food so that consumers are more focused on filling out questionnaires. Future researchers can also conduct research on other businesses that can be used as a comparison of this research.

**Keywords:** consumer perceptions of product quality, customer satisfaction, consumers Xiji Street Snack Mall Paragon Semarang.