

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada masa sekarang, dalam rangka meraih kepuasan konsumen menjadi tantangan besar bagi pebisnis dalam setiap interaksinya dengan konsumen. Performa dari setiap nilai akan direspon positif jika keinginan serta kebutuhan konsumen terpenuhi. Idealnya, dalam capaian kepuasan konsumen akan semakin tinggi apabila dapat memberikan nilai yang melebihi harapan konsumen, sehingga akan membentuk kepuasan konsumen. Hal ini, secara jangka panjang dapat memberikan kontribusi lanjutan berupa terbentuknya konsumen yang puas dan loyal terhadap nilai yang diberikan oleh perusahaan.<sup>2</sup> Menurut Kotler, kepuasan merupakan anggapan mengenai puas atau kecewa bagi konsumen yang muncul akibat dari perbandingan produk sesuai harapan mereka.<sup>3</sup>

Bisnis pada sector perdagangan saat ini mengalami pertumbuhan serta perkembangan yang pesat, baik pada skala kecil ataupun besar, sehingga berdampak pada persaingan antar pengusaha yang semakin ketat, dimana setiap pengusaha akan berlomba-lomba untuk memberikan kepuasan terhadap

---

<sup>2</sup> Agus Sudigdo dkk, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Garuda Express Delivery (GED) Terhadap Kepuasan Pelanggan", *Jurnal EkoMaBis*, Vol. 2, No. 2, 2018, hlm. 4.

<sup>3</sup> Serat Acitya dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)", *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, Vol. 7. No. 3, 2021, hlm. 25.

konsumennya agar usaha yang dijalankan tetap bisa bertahan. Pengusaha dituntut berinovasi lebih cerdas pada transformasi yang terjadi serta kebutuhan konsumennya. Kepuasan konsumen menjadi kunci utama dari setiap perusahaan dalam mempertahankan usaha ditengah persaingan antar pengusaha dan memasarkan produk untuk menyampaikan hasil yang selaras dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi cara atau strategi yang diberikan perusahaan untuk pelanggan, dimana hal ini dimaksudkan dengan tujuan peningkatan penjualan sehingga menambah laba suatu perusahaan.

Produk yang terjual pada perusahaan salah satunya adalah pengaruh dari penetapan harga.<sup>4</sup> Harga merupakan kuantitas dari uang yang diperlukan agar mendapatkan sejumlah perpaduan antara produk yang didapatkan serta pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Harga juga menjadi salah satu factor dalam hal permintaan sesuai dengan hukum permintan, apabila harga yang ditawarkan suatu produk mengalami kenaikan, berdampak pada penurunan permintaan suatu produk, terdapat beberapa factor yang dilihat oleh konsumen, salah satunya penetapan harga yang sesuai.<sup>5</sup> Jika harga yang diberikan kepada konsumen terlalu tinggi, hal ini dapat mengakibatkan

---

<sup>4</sup> Azmiani Batubara dan Rahmat Hidayat, "Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Langka Airlines", *Jurnal Ilman*, Vol. 4, No. 1, 2016.

<sup>5</sup> Yusnita, *Pola Perilaku Konsumen dan Produsen*, (Semarang: Alprin, 2010), hlm. 5.

menurunnya daya beli konsumen akan suatu produk.<sup>6</sup> Dalam pandangan Islam, harga dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang penting, karena harga harus terbentuk sesuai aturan syariah serta terjadi keadilan. Menurut Hasan, harga diartikan sebagai sebuah bentuk dari nominal uang yang diberikan konsumen untuk memperoleh memanfaatkan dari beberapa produk serta pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan.<sup>7</sup> Dalam perencanaan penyusunan serta penetapan harga, harus memperhitungkan harga yang diterapkan pesaing, sehingga tetap berada jalur seimbang sesuai dengan penetapan harga yang terbentuk untuk produk sejenis.<sup>8</sup> Maka, pihak perusahaan diharapkan memperdulikan serta mementingkan kejelasan dari setiap harga untuk produk yang dipasarkan.

Selain harga yang ditetapkan perusahaan, cita rasa menjadi hal penting sebagai tolak ukur untuk perusahaan dalam memasarkan produknya dan menjadi motivasi bagi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Dalam memikat hati konsumen, cita rasa menjadi hal penting yang harus dihasilkan suatu perusahaan sehingga menjadi ciri khas dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Untuk mempertahankan agar konsumen tetap puas dan percaya dengan suatu produk, maka perusahaan tetap menjaga cita

---

<sup>6</sup> Goklas Agus Efendi Sianturi, dkk, “Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia”, *Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, Vol. 03, No. 01, 2021, hlm. 35.

<sup>7</sup> Dedek Ngatirin, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket JY Mart Lubuk Gaung Kota Dumai”, *Jurnal Al-Hisbah*, Vol. 2, No.1, 2021, hlm. 3.

<sup>8</sup> Freddy Rangkuti, *Business Plan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 27.

rasa yang dihasilkan sehingga kepuasan konsumen tetap terjaga.<sup>9</sup> Cita rasa adalah percampuran dari kelima indra manusia diantaranya rasa, bau, tekstur dan suhu.<sup>10</sup> Cita rasa yang dihasilkan dari bisnis kuliner digunakan dalam membedakan terhadap pemilihan suatu produk atau makanan. Jadi, apabila cita rasa yang ditawarkan suatu perusahaan selaras dengan harapan konsumen, maka akan tercipta suatu kepuasan konsumen.<sup>11</sup> Dengan mempertahankan dan tetap menjaga cita rasa yang khas dari suatu produk akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Dalam hal ini, memberikan dampak positif yaitu konsumen menjadi loyalitas dan setia terhadap produk tersebut.

Disisi lain, dalam menghasilkan mutu produk sebuah perusahaan juga berperan penting dengan tujuan memberikan kepuasan kepada konsumennya, karena hal ini menjadi ciri khas suatu produk yang akan dipasarkan dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan konsumennya dan mempengaruhi keberhasilan serta kemajuan suatu perusahaan. Apabila perusahaan memproduksi suatu produk dengan mutu yang bagus, maka akan memberikan keuntungan yang maksimal dibandingkan dengan mutu yang rendah. Kotler dan Keller, menjelaskan bahwa mutu produk merupakan potensi yang

---

<sup>9</sup> Chika Ramadhani A.W, “Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian”, *Jurnal FEB Brawijaya*, Vol. 4 No. 2, 2018. hlm. 4.

<sup>10</sup> Siti Maimunah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi harga, Cita rasa terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Istishadequity*, Vol. 01, No.02, 2019.

<sup>11</sup> *ibid.*

dihasilkan suatu produk untuk menjalankan kegunaannya.<sup>12</sup> Konsumen dapat dikatakan puas dengan suatu produk apabila telah mengetahui dan merasakan mutu produk yang baik.

Dengan adanya penetapan harga yang diberikan perusahaan terhadap konsumennya dan cita rasa dari suatu produk serta mutu produk dapat menjadi tolak ukur perusahaan untuk mengetahui kepuasan dari konsumennya. Meningkatnya keuntungan atau laba dari perusahaan salah satunya merupakan dampak dari kepuasan yang tercipta dari konsumen karena kebutuhan dan keinginannya mengenai suatu produk terpenuhi, sehingga hal tersebut memberikan nilai lebih terhadap perusahaan.

Menjamurnya bisnis industri menjadi tantangan besar bagi setiap pengusaha, salah satunya industri yang berkembang yaitu industri kecap manis Salam Food di Desa Jugo, Kecamatan Kesamben, Kabupaten Blitar. Industri kecap manis Salam Food berdiri sejak tahun 2010, dimana pada awal perintisannya, industri ini merupakan industri rumahan yang dijalankan oleh Ibu Pipah dan suaminya. Ibu Pipah memproduksi kecap manis setiap hari. Pemasaran yang dilakukan beliau saat awal perintisan dengan menawarkan kecap manis melalui *door to door* dan menitipkannya di warung atau toko. Sampai saat ini Ibu Pipah sudah memiliki rumah produksi sendiri dan dapat

---

<sup>12</sup> Marlina Malian, “Analisis Pengaruh Kualitas produk, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Kepuasan Konsumen Produk Online”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 03, No 02, 2021, hlm 3.

mempekerjakan tetangga sekitar untuk membantunya dalam proses produksi atau pemasaran.

Perusahaan kecap manis Salam Food beberapa bulan terakhir, mengalami persentase kenaikan ataupun penurunan penjualan, sehingga dalam hal ini seringkali tidak mencapai target bahkan terkadang melebihi yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk mengatasi kejadian seperti ini, pihak perusahaan selalu berupaya dalam hal memberikan kepuasan pada konsumennya sehingga memberikan kesan yang baik. Keberlangsungan suatu perusahaan bergantung pada konsumen yang melakukan pembelian mengenai suatu produk yang ditawarkan. Jika kepuasan konsumen terpenuhi maka kinerja produk sesuai bahkan melebihi harapan dari konsumen sehingga berdampak baik pada peningkatan penjualan.

Saat ini situasi pasaran dari kecap manis sangat bagus, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya restoran, angkringan, warung-warung ataupun tempat makan lainnya. Kecap dikenal sebagai salah satu bumbu masak yang penting dan dapat mempengaruhi cita rasa dari sebuah makanan. Kecap juga berperan sebagai penyedap makanan sehingga dapat menggugah selera makan dengan cita rasa yang dimilikinya. Kecap manis merupakan produk fermentasi kedelai yang dikonsumsi oleh semua kalangan, baik kelas menengah keatas atau kebawah. Kecap manis juga dapat ditemui hampir di setiap rumah.

Di Blitar sendiri terdapat banyak industri ataupun perusahaan kecap manis, diantaranya Kecap Cemara, Kecap Bajang, Kecap Durian Mas dan

terdapat beberapa industri kecap lainnya, sehingga hal ini menunjukkan bahwa terdapat banyak pesaing kecap manis Salam Food di Blitar.<sup>13</sup> Disisi lain, terdapat brand kecap lainnya yang cakupan pemasarannya lebih luas, misalnya Kecap ABC, Kecap Bango dan lainnya. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melakukan pekerjaan lebih baik lagi sehingga dapat memuaskan konsumen yang dituju agar tidak kalah dengan brand lainnya.

Kecap manis Salam Food dalam mengembangkan bisnisnya dengan mempertahankan citarasa yang dihasilkan sehingga tidak kalah dengan brand lainnya yang lebih terkenal agar konsumen tetap bertahan dari waktu ke waktu pada produk tersebut. Selain itu, dari segi mutu produk yang dihasilkan dapat di sandingkan dengan brand lainnya dengan harga yang relative lebih rendah. Kepuasan konsumen mengenai suatu produk akan memberikan nilai loyalitas dan kesetiaan konsumen dalam waktu yang lama, sehingga konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain dan kurang memperdulikan dengan produk lain.<sup>14</sup> Konsumen dapat dikatakan puas apabila telah menggunakan suatu produk kurang lebih 5 kali berturut-turut, sehingga kepercayaan konsumen dalam beberapa kali mengkonsumsi kecap manis tersebut yang diperlukan dalam melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian ulang serta berlangganan walaupun disisi lain pengaruh

---

<sup>13</sup> Rochmawati Sutaningsih, "Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Strategi Promosi dan Penetapan Harga pada UD. Azafood Wlingi Blitar", *Jurnal RITMIK*, Vol. 3, No. 3. 2016.

<sup>14</sup> Kotler dan Ketler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 140.

lainnya semakin banyak yang dapat berpotensi dalam perubahan pembelian produk.<sup>15</sup>

Produk kecap manis Salam Food telah didistribusikan diberbagai wilayah di Kabupaten Blitar, antara lain Kecamatan Kesamben, Kecamatan Sanan Kulon, Kecamatan Gandusari dan Kecamatan Lodoyo. Produk ini banyak ditemui pada warung-warung atau toko. Disisi lain, sebagian masyarakat masih asing atau belum mengenal produk kecap manis Salam Food. Akan tetapi, untuk kedepannya akan didistribusikan ke luar daerah Kabupaten Blitar agar masyarakat mengetahui akan produk dan menjadikan produk lebih dikenal masyarakat luas.

Dalam usaha untuk memuaskan para konsumennya, maka setiap pengusaha harus mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen terlebih dahulu. Dalam hal ini seorang pengusaha dapat memperhatikan factor yang menjadi mengapa alasan konsumen harus memiliki serta melakukan pembelian produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh penetapan harga, cita rasa dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar. Sehingga dengan latar belakang yang diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai ”Pengaruh Penetapan Harga, Cita Rasa

---

<sup>15</sup> *Ibid*, hlm. 140.

dan Mutu Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kecap Manis Salam Food di Kabupaten Blitar”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan suatu upaya untuk mengidentifikasi dari permasalahan yang terjadi dan dijadikan sebagai langkah awal dari sebuah penelitian. Penelitian ini membahas mengenai cakupan masalah yang mungkin timbul dalam suatu penelitian yang akan dilakukan, sehingga pembahasan akan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan. Berdasarkan dari latar belakang, identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Harga adalah nilai dari nominal uang yang diberikan oleh konsumen untuk ditukarkan dengan keinginan atau manfaat suatu produk.<sup>16</sup> Penetapan harga yang dilakukan sebuah perusahaan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Akan tetapi, secara prakteknya dilapangan kepuasan konsumen ditentukan dari penetapan harga untuk produk yang sejenis dengan berbagai variasi brand atau merek dari suatu produk. Dengan adanya kesenjangan ini, maka perlu dilakukan sebuah penelitian guna mengetahui kebenarannya.
2. Cita rasa merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk membeli suatu produk yang disukai dari beberapa pilihan yang ada serta memiliki

---

<sup>16</sup> Arif Hidayat, *Studi kelayakan Bisnis*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hlm. 45.

ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya.<sup>17</sup> Cita rasa yang dimiliki suatu produk akan menjadi ciri khas tersendiri sehingga konsumen akan merasa puas dengan produk yang ditawarkan apabila cita rasa tersebut mampu memberikan kepuasan konsumen. Hal tersebut belum sejalan dengan kondisi di masyarakat, yang dimana konsumen menginginkan cita rasa terbaik dengan penetapan harga yang ditawarkan rendah. Sesuai dengan permasalahan tersebut perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui jawaban dari permasalahan yang timbul.

3. Mutu produk merupakan keistimewaan yang dimiliki dari suatu produk secara menyeluruh serta persepsi dari konsumen terhadap kelebihan produk tersebut.<sup>18</sup> Apabila mutu produk yang dihasilkan suatu perusahaan baik, maka hal ini dapat memberikan kepuasan konsumen sebagai penggunaanya, maka dari itu mutu produk yang dihasilkan harus lebih baik dari *brand* lainnya sehingga kepuasan konsumen terpenuhi.
4. Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dirasakan oleh konsumen pada kinerja dari perusahaan sesuai dengan ekspektasi atau harapan.<sup>19</sup> Kepuasan menghasilkan rasa bahagia sehingga memberikan citra positif pada perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi tujuannya serta perlu

---

<sup>17</sup> Siti Maimunah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen", *Jurnal Istishadequity*, Vol. 01, No. 2, 2019.

<sup>18</sup> Sunarto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: UMUS Yogyakarta, 2006), hlm. 243.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008), hlm. 170.

dibuktikan kebenarannya dalam hubungannya dengan penetapan harga, cita rasa dan mutu produk.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah terkait permasalahan yang akan diteliti. Adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar?
2. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar?
3. Apakah mutu produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis salam Food di Kabupaten Blitar?
4. Apakah penetapan harga, cita rasa dan mutu produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

2. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.
3. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh mutu produk terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.
4. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh penetapan harga, cita rasa dan mutu produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Penetapan harga, Cita rasa, dan Mutu produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Kecap manis Salam Food di kabupaten Blitar” adalah sebagai berikut:

##### **1. Secara Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, memberikan pengetahuan lebih mendalam dan memberikan kesempatan dalam menerapkan teori yang diperoleh selama kuliah serta dapat membandingkan dengan situasi kondisi yang ada.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan materi ulasan kemampuan terhadap perusahaan kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar untuk lebih maju dan berkembang.

b. Bagi Stakeholder

Penelitian ini dapat memberikan manfaat serta penjelasan dan kepuasan dari konsumen dalam memilih produk kecap manis di Kabupaten Blitar untuk lebih berkembang.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan serta referensi dalam menambah wawasan bagi penelitian selanjutnya.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi ruang lingkungannya supaya tidak menyimpang dari pokok pengkajian yang akan disajikan.

- a. Pengaruh penetapan harga terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.
- b. Pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.
- c. Pengaruh mutu produk terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.
- d. Pengaruh penetapan harga, cita rasa dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

## 2. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah dan luasnya permasalahannya, maka batasan masalah dalam penelitian perlu dikemukakan agar penelitian berfokus pada permasalahan, tujuan dan manfaat. Maka, penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada permasalahan penetapan harga, cita rasa, dan mutu produk terhadap kepuasan konsumen pada kecap manis Salam Food di Kabupaten Blitar.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan Konseptual

Penegasan istilah merupakan batasan dari definisi mengenai istilah dari setiap variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel yang dapat diukur dan diamati. Adapun definisi dari penelitian ini adalah:

#### a. Penetapan Harga

Harga adalah nilai dari nominal uang yang diberikan oleh konsumen untuk ditukarkan dengan keinginan atau manfaat suatu produk.<sup>20</sup> Penetapan harga yang dilakukan sebuah perusahaan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Melalui penetapan harga yang relevan serta kompetitif diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen pada suatu produk sehingga mengarahkan konsumen untuk melakukan transaksi pembelian. Melalui kegiatan tersebut, terdapat

---

<sup>20</sup> Arif Hidayat, *Studi kelayakan Bisnis*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hlm. 45.

dua pihak yang diuntungkan yakni penjual mendapatkan laba dan pembeli mendapatkan manfaat dari pembelian produk tersebut.

b. Cita Rasa

Cita rasa merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk membeli suatu produk yang disukai dari beberapa pilihan yang ada serta memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk lainnya. Dalam pemilihan makanan atau minuman cita rasa menjadi faktor yang penting karena dapat mempengaruhi dari segi bau, rasa serta rangsangan mulut.<sup>21</sup> Dengan mempertahankan dan tetap menjaga cita rasa yang khas dari suatu produk maka akan berdampak pada kepuasan konsumen serta terjadi peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang.

c. Mutu Produk

Mutu produk merupakan keistimewaan yang dimiliki dari suatu produk secara menyeluruh serta persepsi dari konsumen terhadap kelebihan produk tersebut.<sup>22</sup>

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang dirasakan oleh konsumen pada kinerja dari perusahaan sesuai dengan ekspektasi atau harapan. Kepuasan menghasilkan rasa bahagia sehingga memberikan

---

<sup>21</sup>Siti Maimunah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Istishadequity*, Vol. 01, No. 2, 2019, hlm. 61.

<sup>22</sup>Sunarto, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: UMUS Yogyakarta, 2006), hlm. 243.

citra positif pada perusahaan. Kepuasan konsumen mencerminkan evaluasi seorang tentang kinerja produk (ataupun hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Bila kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, konsumen tersebut tidak puas serta kecewa. Bila produk sesuai dengan ekspektasi, konsumen tersebut puas. Bila kinerja produk melebihi ekspektasi, konsumen tersebut bahagia. Kepuasan pelanggan merupakan keadaan yang membangun ikatan jangka panjang.

#### **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam mempermudah pemahaman tulisan ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari enam bab, setiap bab terdapat sub bagian tersendiri. Pada bagian awal, disajikan terlebih dahulu cover atau halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar lampiran, dan abstrak. Selanjutnya bagian isi terdiri dari:

##### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Menguraikan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah serta sistematika penulisan yang digunakan dengan tujuan agar pembaca mudah memahami konteks dari

penelitian. Pendahuluan menjadi pondasi awal dari sebuah penelitian untuk bab-bab selanjutnya.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Menguraikan teori yang digunakan dalam melakukan penelitian serta menganalisis data yang ditemukan. Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan dari penelitian yang relevan, kerangka berfikir serta hipotesis. Pada bab ini peneliti menjelaskan mengenai definisi harga, harga dalam perspektif islam, penetapan harga, tujuan penetapan harga, indicator harga, strategi penetapan harga, definisi cita rasa, indicator cita rasa, definisi mutu produk, indicator mutu produk, definisi kepuasan konsumen, factor yang mempengaruhi, dan indicator kepuasan konsumen.

## **BAB III: METODE PENELITIAN**

Menguraikan metode penelitian yang digunakan dengan tujuan mendapatkan hasil dari penelitian secara maksimal, pendekatan penelitian dan jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel dan skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV: HASIL PENELITIAN**

Menguraikan mengenai hasil yang ditemukan terkait permasalahan yang diangkat dengan pembahasannya, serta menyajikan pengujian dan bukti hipotesis.

**BAB V: PEMBAHASAN**

Menguraikan hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya. Dalam pembahasan diuraikan berdasarkan dari rumusan masalah yang dibuat pada bab sebelumnya.

**BAB VI PENUTUP**

Menguraikan dari hasil analisis data yang diberikan pihak terkait. Kesimpulan mengemukakan pernyataan hasil dari analisis secara singkat dan jelas. Saran mengemukakan pendapat peneliti mengenai pemecahan masalah pada objek penelitian atau penelitian lanjutan.