

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi memudahkan masyarakat dalam menerima informasi, termasuk mengenai dunia kesehatan. Kini pola hidup sehat pada masyarakat menjadi trend dan kebutuhan mengikuti perkembangan zaman pada era modernitas.² Hal ini juga berdampak pada penggunaan obat herbal mulai menjadi pilihan alternatif bagi masyarakat diberbagai negara. Di Indonesia obat herbal sangat digemari oleh sebagian masyarakat baik masyarakat modern maupun tradisional. Diperkuat hasil penelitian Oktarlina, dkk dalam Jurnal Kedokteran Universitas Lampung menyatakan bahwa sekitar 40% penduduk Indonesia menggunakan obat tradisional/ herbal.³

Peluang pasar di Indonesia yang dinilai besar tersebut membuat banyak orang melakukan bisnis yang berkaitan dengan obat herbal. Berbagai macam bisnis dari mulai jasa pengobatan tradisional, hingga penjualan produk pengobatan tradisional/herbal sudah mengakar di Indonesia⁴. Di antaranya

² Meiyanti Mochamad Reiza Adiyasa, "Pemanfaatan Obat Tradisional Di Indonesia: Distribusi Dan Faktor Demografis Yang Berpengaruh," *Jurnal Biomedika dan Kesehatan* 4, no. 3 (2021): 130–138.

³ Ebti Rizki Utami Rasmi Zakiah Oktarlina, Asnah Tarigan, Novita Carolia, "Hubungan Pengetahuan Keluarga Dengan Penggunaan Obat Tradisional Di Desa Nunggalrejo Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah," *Jurnal Kedokteran Universitas Lampung* 2, no. 1 (2018): 42–46.

⁴ Ratna Sari Dewi, Erniza Pratiwi, and Septi Muharni, "Penggunaan Obat Tradisional Oleh Masyarakat Di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru," *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia* 8, no. 1 (2019).

adalah toko obat alternatif Sentra Herbal Sambi yang berada di Kediri. Sentra Herbal Sambi Kediri menjual obat-obatan alternatif/herbal seperti Assalam, Asmafas, Al Katel, dan berbagai macam obat herbal lainnya.

Bisnis jual beli pada toko merupakan aktifitas transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak. Jual beli merupakan sebuah akad transaksi praktis yang dapat dilakukan dengan mudah oleh siapapun. Karena pada intinya jual beli adalah proses yang dilakukan antara penjual dan pembeli dengan tujuan untuk sama-sama mendapatkan benefit (manfaat). Dengan begitu maka tidak akan ada pihak yang didzalimi sedikitpun karena semua transaksi yang dilakukan di atas dasar akad yang jelas.⁵ Konsep jual beli dalam Islam sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada surat Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يُفُومُونَ إِلَّا كَمَا يُفُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى
 فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ -

٢٧٥

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.⁶

⁵ Sujian Suretno, “Jual Beli Dalam Perspektif Al- Qur’an,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2, no. 1 (2018): 93–109.

⁶ Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, ed., “MUSHAF AL-AZZAM Al-Qur'an Dan Terjemahanya,” 1st ed. (Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2013), 47.

Dengan munculnya berbagai macam toko obat alternatif herbal, persaingan didunia obat herbal pun semakin tinggi dan para pengusaha dituntut untuk menentukan perencanaan strategi pemasaran yang akan digunakannya untuk menghadapi persaingan yang ada saat ini. Persaingan bisnis yang semakin ketat membuat pihak suatu perusahaan untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat bagi produk atau jasa yang dijualnya. Pihak penjual harus mengamati kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya.⁷

Dalam memasarkan sebuah produk tentunya toko Sentra Herbal Sambi Kediri harus mengetahui karakter dan perilaku pembeli yang menjadi pasarnya, dikarenakan setiap perusahaan harus bisa memenuhi harapan yang diinginkan konsumennya. Sentra Herbal terus menawarkan produk yang lebih baik guna sehingga menciptakan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen yang tinggi dapat mengakibatkan tingginya volume penjualan sehingga keuntungan yang akan didapat oleh perusahaan semakin tinggi.⁸

Tabel 1.1
Data Omzet perbulan Toko Sentra Herbal Sambi Kediri tahun 2021

NO	Bulan	2021
1.	Januari	Rp. 6.694.000
2.	Februari	Rp. 12.917.000
3.	Maret	Rp. 13.777.000
4.	April	Rp. 10.995.000
5.	Mei	Rp. 11.662.000

⁷ Feby Aulia Safrin Ainun Mardhiyah, "Persaingan Usaha Warung Tradisional Dengan Toko Modern," *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 8, no. 1 (2021): 91–99.

⁸ Suwitho Dini Anggreini, "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Obat Herbal," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9, no. 8 (2020).

6.	Juni	Rp. 9.585.000
7.	Juli	Rp. 10.445.000
8.	Agustus	Rp. 12.189.500
9.	September	Rp. 15.870.000
10.	Oktober	Rp. 12.646.500
11.	November	Rp. 7.516.000
12.	Desember	Rp. 6.637.000

Sumber: Toko Herbal Sambu 2021

Tabel 1.1. nampak bahwa penjualan di Sentra Herbal Sambu Kediri selama tahun 2021 mengalami fluktuasi, omzet tertinggi pada bulan September 2021 sebesar Rp. 15.870.000 dan omzet terendah terjadi pada bulan Desember 2021 sebesar Rp. 6.637.000. Dengan adanya fluktuasi tersebut, bermakna terjadi variabel masalah yang berdampak pada pembelian sehingga menyebabkan banyak konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri yang tidak puas. Ini sesuai dengan hasil wawancara pemilik toko/penjaga toko yang mengungkapkan bahwa penjualan pada toko Sentra Herbal Sambu Kediri pada awal tahun 2021 sampai akhir tahun 2021 mengalami pasang surut setiap bulan.

Terdapat beberapa cara yang dilakukan oleh Sentra Herbal Sambu Kediri untuk meningkatkan kepuasan konsumen, salah satu strategi yang ditempuh Sentra Herbal Sambu Kediri ialah dengan peningkatan kualitas pelayanan. Didukung oleh Tjiptono bahwa Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan sebuah pemenuhan kebutuhan yang diharapkan pelanggan dari tingkat kemampuan yang diberikan oleh perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan

memuaskan atau sesuai yang diharapkan oleh konsumen maka konsumen akan puas dengan pelayanan yang diberikan.⁹

Meskipun hanya ada satu karyawan Sentra Herbal Sambi Kediri berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan ramah tamah dan melayani sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam proses pelayanannya Sentra Herbal Sambi Kediri mengedepankan nilai-nilai syariah (sidiq atau berkata jujur kepada siapapun, amanah atau dapat dipercaya, tabligh atau menyampaikan dengan apa adanya sesuai dengan fakta, fatonah atau bijak dalam bersikap), dan menawarkan berbagai produk herbal syariah pada konsumen seperti Assalam, Amafas, dan lain sebagainya. Jam operasional Sentra Herbal Sambi Kediri juga memberlakukan jam ibadah muslim, ketika sholat toko akan ditutup sementara dan dibuka lagi setelah itu. Selain itu Sentra Herbal juga tutup pada hari tertentu umat Islam.

Fenomena ini sesuai dengan hasil riset dilakukan Rohaeni dan Marwa menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan PT Primajasa Perdanarayautama Bandung, sehingga mengandung makna bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.¹⁰ Didukung oleh penelitian dari Irwana, bahwa hasil kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk di

⁹ Mohammad Rafi Agung Budiarmo, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (2018): 1–7.

¹⁰ Heni Rohaeni and Nisa Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ecodemica* 2, no. 2 (2018): 312–318.

Makassar.¹¹ Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan yang dilakukan oleh Ibrahim dan Thawil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen MNC Vision wilayah kedoya green garden Jakarta.¹²

Selain kualitas pelayanan salah satu strategi yang dilakukan oleh Sentra Herbal Sambi Kediri dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan harga yang lebih murah kepada konsumen dibandingkan dengan pesaing lainnya. Kotler menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.¹³ Dengan produk yang murah diharapkan setelah melakukan pembelian konsumen akan merasa puas dengan produk dan harga yang telah dibayarkannya, dengan demikian kepuasan konsumen akan tercapai.

Penetapan harga Sentra Herbal Sambi Kediri juga bersaing dengan toko sejenis. Sentra herbal mematok harga sesuai dengan harga normal dipasaran dengan mengambil keuntungan yang dirasa cukup dan untuk kemaslahatan umat dan tidak ada unsur riba didalamnya. Sentra Herbal Sambi Kediri juga terus melakukan *update* setiap bulannya dalam menetapkan harga guna

¹¹ A. Irwana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar,” 2017.

¹² Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4, no. 1 (2019): 175–182.

¹³ Dian Wahyu Pratama and Suryono Budi Santoso, “Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Produk Stuck Original,” *Diponegoro Journal of Management* 7, no. 2 (2018): 1–11.

menjaga harga pasar terkini. Namun melihat kondisi pasar di era modern banyak toko yang serupa menerapkan sistem yang sama atau malah bisa menjadi lebih murah membuat Sentra Herbal Sambi Kediri harus memperhatikannya, terlebih dengan adanya toko *online* seperti yang dikatakan oleh Putriyansyah bahwa harga produk pada *online shop* akan cenderung lebih murah dibandingkan toko *offline*.

Fenomena ini sesuai dengan hasil penelitian dari Samhah dan Suprihhadi menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Oost Kafe Surabaya.¹⁴ Didukung pernyataan yang dikemukakan Ting Cho bahwa harga murah atau terjangkau itu candu dalam perdagangan. Jika suatu penjual menyadari hal tersebut, ia akan banyak dibanjiri oleh konsumen, bahkan ia tidak sanggup untuk menampung semuanya.¹⁵ Namun hasil tersebut tidak sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati, dkk menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.¹⁶

¹⁴ Heru Suprihhadi Hanifiyatun Samhah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Oost Kafe Surabaya," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 12 (2016).

¹⁵ Laila Farhat, "Keputusan Pembelian Online," *JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business* 3, no. 1 (2020): 51–60.

¹⁶ Adi Prasodjo Tyas Kurniawati, Bambang Irawan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember (Analysis of The Influence of Service Quality, Price, and Brand Image on Customer Satisfaction of Pizza Hut Restaurant Jember Bra)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Akuntansi UNIVERSITY OF JEMBER* 6, no. 2 (2019): 147–151.

Selain dari kualitas pelayanan dan harga pemilihan lokasi memengaruhi kepuasan konsumen, keputusan pembelian konsumen memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen akan melihat lokasi sebelum mereka membeli ke toko, karena mereka akan memperkirakan apakah lokasi tersebut mudah dijangkau atau tidak. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan keuntungan bersaing yang tidak dengan mudah ditiru. Oleh karena itu sebelum suatu bisnis didirikan, lokasi merupakan hal terpenting yang harus ditentukan oleh pendiri bisnis.¹⁷

Lokasi pada Sentra Herba Sambi sangat strategis untuk mendirikan sebuah toko. Hal ini disebabkan lokasi Sentra Herbal Sambi Kediri yang berada didekat jalan raya membuat semua orang mudah melihat informasi dan mengakses jalan menuju toko. Namun disisi lain, hal ini berbanding lurus dengan banyaknya toko pesaing yang berada di sekitar lokasi. Selain itu kondisi parkir didekat jalan raya membuat kadang kadang pengunjung cemas dengan kedaraanya.

Fenomena ini sesuai dengan hasil pengujian yang dilakukan oleh Firdiyansyah menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam.¹⁸ Dikudukung penelitian dari Haromain yang menunjukkan variabel lokasi yang

¹⁷ Makmur Hasanuddin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas," *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen UNSRAT* 4, no. 1 (2016): 128464.

¹⁸ Indra Firdiyansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam," *Jurnal Elektornik* 1, no. 1 (2017).

digunakan dalam penelitian mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Ahass Z618.¹⁹ Namun hasil tersebut berbeda dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Novandi, dalam penelitiannya menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada miss laundry di kota tegal.²⁰

Dari uraian permasalahan dan hasil penelitian sebelumnya, penting dilakukan penelitian untuk membuktikan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi memengaruhi kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Dengan demikian diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Sentra Herbal Sambi Kediri)”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa permasalahan yang harus dihadapi yaitu:

1. Kualitas pelayanan secara spesifik harus memperlihatkan kebutuhan dan keinginan konsumen karena jasa yang disarankan langsung oleh konsumen akan segera mendapat penilaian sesuai atau tidak sesuai dengan harapan

¹⁹ Imam Haromain and Heru Suprihadi, “Pengaruh Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Z618,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 5 (2016): 1–17.

²⁰ Dwi Handika Novandi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Miss Laundry Di Kota Tegal,” 2020.

dan penilaian konsumen.²¹ Namun demikian, terdapat kesenjangan antara harapan konsumen dengan pandangan manajemen. Sentra Herbal Sambi Kediri tidak selalu tepat merapakan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen atau bagaimana penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan tersebut hal ini akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Dari kesenjangan diatas, maka penelitian ini perlu dilakukan.

2. Harga secara umum merupakan suatu strategi bagi marketing manajer dalam rangka meningkatkan penjualan.²² Harga yang ditawarkan Sentra Herbal tergolong murah dengan menyesuaikan harga awal dari produsen. Namun demikian, keberadaan toko online yang selalu menyertakan harga dalam setiap postingannya serta membandrol harga yang lebih rendah dibandingkan Sentra Herbal Sambi Kediri mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian, hai ini dikarenakan konsumen hanya perlu melihat postingan untuk melakukan perbandingan harga dengan produk dari toko lain. Adanya fenomena ini, menunjukkan bahwa penelitian ini penting untuk dilakukan.
3. Lokasi perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha merupakan salah satu strategi bisnis.²³

²¹ Ramadhani Sugita, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6, no. 11 (2017).

²² Hilmiatus Sahla, "Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Pionir* 5, no. 2 (2019): 57–61.

²³ Gede Wisnu Saputra and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani, "Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," *Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9, no. 7 (2020): 2596–2620.

Lokasi Sentra Herbal Sambu Kediri yang berada di jalan raya cukup strategis untuk memasarkan produk. Namun tidak banyaknya usaha yang serupa dengan lokasi yang lebih dekat pada konsumen dinilai berpengaruh terhadap tingkat keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dengan adanya permasalahan tersebut penelitian ini dilakukan.

4. Kualitas pelayanan merupakan persepsi pelanggan yang terbentuk dari penilaian pelanggan atas keunggulan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, semakin banyak persepsi baik dari konsumen maka akan berdampak positif bagi kepuasannya pasca melakukan pembelian.²⁴ Namun, pelayanan Sentra Herbal Sambu Kediri yang kadang tidak memberikan respon sesuai yang diinginkan konsumen dinilai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen saat melakukan sebuah pembelian. Dengan demikian perlu dilakukan penelitian.
5. Harga menurut Lenzun et al., adalah pernyataan nilai dari suatu produk yang merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel.²⁵ Naik turunnya harga dipasar yang begitu fleksibel ini dinilai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian di Sentra Herbal Sambu Kediri. Adanya fenomena ini membuat riset perlu dilakukan.

²⁴ Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan."

²⁵ Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen 'Best Autoworks,'" *Jurnal Performa* 1, no. 6 (2017).

6. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.²⁶ Lokasi Sentra Herbal yang berada ditengah keramaian membuat mudah ditemui oleh konsumen, namun disisi lain padatnya pemukiman membuat kadang konsumen merasa tidak nyaman yang disinyalir dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen saat melakukan pembelian. Dengan adanya kejadian ini membuat riset perlu dilakukan.
7. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan konsumen baik dari produk maupun jasa serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.²⁷ Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Sentra Herbal Sambu Kediri. Namun, di lapangan ditemui banyak keluhan dari konsumen dikarenakan pelayanan sentra herbal hanya memiliki 1 karyawan, hal ini dirasa berpengaruh terhadap kecepatan pelayanan yang dirasa mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian, riset urgen dilaksanakan.
8. Harga adalah elemen penting yang menempel pada sebuah produk.²⁸ Semakin murah harga yang ditawarkan Sentra Herbal Sambu Kediri akan

²⁶ Albetris Hermanto, Roky Apriansyah, Khusnul Fikri, "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fotocopy Anugrah Rengat," *Journal of Economics and Business* 3, no. September (2019): 171–176.

²⁷ Rohaeni and Marwa, "Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan."

²⁸ Salman Farisi Qahfi Romula Siregar, "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan," *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 1 (2020): 148–159.

mendatangkan konsumen. Meskipun harga yang ditawarkan Sentra Herbal Sambi Kediri ekonomis, toko pesaing juga mematok harga yang hampir sama dengan Sentra Herbal Sambi Kediri, sehingga konsumen memiliki alternatif pilihan harga dalam melakukan proses pembelian. Hal ini dinilai dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya kesenjangan ini, maka penelitian ini penting untuk dilakukan.

9. Menurut Lupyoadi lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya.²⁹ Lokasi Sentra Herbal Sambi Kediri yang berada di jalan raya cukup strategis untuk memasarkan produk. namun hal ini membuat tempat parkir yang disediakanpun terbatas, hal ini dinilai berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pada konsumen. Adanya ketidaksesuaian menunjukkan riset ini layak dilakukan

10. Menurut Kotler keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.³⁰ Konsumen akan merasa

²⁹ Rois Arifin Winda Jaya and Afi Rachmat Slamet, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Kafe Family Kopi Di Malang)," *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 10, no. 1 (2021): 46–62.

³⁰ Siti Nurhayati, "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta," *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi IV*, no. 2 (2017): 60–69.

puas jika setelah melakukan pembelian. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian pada toko Sentra Herbal Sambi Kediri terhadap kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka dapat dirumuskan permasalahan terkait penelitian ini, diantaranya:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*?
5. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*?
6. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*?

7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri?
8. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri?
9. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri?
10. Apakah keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan membuktikan faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri
2. Untuk menguji dan membuktikan faktor harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri
3. Untuk menguji dan membuktikan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri
4. Untuk menguji dan membuktikan faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*

5. Untuk menguji dan membuktikan faktor harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*
6. Untuk menguji dan membuktikan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*
7. Untuk menguji dan membuktikan faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri
8. Untuk menguji dan membuktikan faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri
9. Untuk menguji dan membuktikan faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambi Kediri
10. Untuk menguji dan membuktikan faktor keputusan berpengaruh signifikan pembelian terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambi Kediri

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan suatu manfaat yang nantinya menjadi bahan informasi atau sebagai referensi pihak lain, yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga sebagai bahan akademisi dan peneliti lainnya dalam menggunakan variabel kualitas pelayanan, harga, lokasi,

keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen untuk memberikan pengetahuan dalam bisnis.

2. Kegunaan Praktis

a. Untuk Akademik

penelitian ini berguna sebagai salah satu wujud nyata dari penerapan tugas dan bermanfaat untuk sumbangan teori, sebagai bahan referensi atau rujukan, tambahan pustaka dan pengembangan ilmu pengetahuan strategi pemasaran, dan ilmu perilaku konsumen khususnya untuk UIN SATU Tulungagung

b. Untuk pihak Sentra Herbal Sambu Kediri

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan mengenai penggunaan variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening agar dapat meningkatkan keefektifan Sentra Herbal Sambu Kediri dalam mempertahankan pelanggan maupun menarik konsumen baru

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa dijadikan salah satu sumber referensi dan bahan perbandingan untuk peneliti-peneliti selanjutnya mengenai strategi pemasaran dan ilmu perilaku konsumen.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, untuk menghindari penafsiran yang terlalu luas terhadap judul penelitian, maka peneliti memberikan ruang lingkup dan batasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri
3. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri
4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*
5. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*
6. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Sambu Kediri dengan keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*
7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambu Kediri
8. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambu Kediri
9. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Sentra Herbal Sambu Kediri

10. Pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen di Sentra Herbal Kediri

G. Penegasan Teori

1. Definisi Konseptual

a. Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu kinerja (atau hasil) produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan.³¹

b. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar akan membeli.³²

c. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.³³

³¹ Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias, "Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja," *JURNAL E-BIS* 3, no. 2 (2019): 111–118.

³² Ratlan Pardede and Tarcicius Yudi Haryadi, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen," *Journal of Business & Applied Management* 10, no. 1 (2017).

³³ Saputra and Ardani, "Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian."

d. Harga

Menurut Kotler & Keller harga adalah satu elemen campuran pemasaran yang menjana pendapatan, elemen lain menjana kos.³⁴

e. Lokasi

Menurut Lupiyoadi mendefinisikan lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi.³⁵

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memudahkan pembaca memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam enam bab dengan perincian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN: Pada bab ini penulis memberikan penjelasan secara umum dan gambaran isi penelitian yang terdiri dari latarbelakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI: Pada bab ini berisikan tentang uraian dari semua variabel yang diteliti. Variabel tersebut adalah kualitas produk, harga

³⁴ Heni Rusmiati Agung Tri Putranto, “Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren , Tangerang Selatan,” *Jurnal Pemasaran Kompetitif* 03, no. 1 (2019): 36–45.

³⁵ Abdul Latief, “Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir Di Kota Langsa),” *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 7, no. 1 (2018): 90–99.

diskon, dan periklanan. Selain variabel-variabel tersebut pada bab ini juga akan mencantumkan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: Pada bab ini berisikan tentang tahapan dalam proses pelaksanaan penelitian yaitu penentuan pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, dan sampel, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan peneliti. Tahapan-tahapan tersebut akan dijelaskan secara terperinci pada bab 3 ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN: Pada bab ini menguraikan dari hasil analisis data yang telah dilakukan peneliti terhadap variabel-variabel penelitian serta dilakukannya pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN: Pada bab ini akan dibahas mengenai data penelitian dan hasil analisis data.

BAB VI PENUTUP: Pada bab ini menguraikan rangkuman permasalahan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan. Kemudian menarik kesimpulan dari pertanyaan rumusan masalah. Pada poin berikutnya peneliti dapat mengemukakan saran dari hasil penelitian.