

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Kuliner adalah suatu bisnis yang tidak ada matinya bagi setiap para pelaku usaha. Bisnis kuliner dibangun dengan pertimbangan modal yang terjangkau dan memaksimalkan laba yang didapat. Tidak sedikit masyarakat yang melihat adanya peluang bisnis di bidang kuliner dengan melihat konsumen yang menjanjikan karena makanan adalah kebutuhan pokok dari setiap manusia, dan permintaan akan pangan melimpah menyebabkan banyak orang memutuskan untuk terjun/menggeluti bisnis di bidang kuliner.<sup>3</sup> Bisnis kuliner diprediksi akan tetap diminati oleh konsumen, salah satu bisnis kuliner yang terus berkembang diantara berbagai macam bisnis kuliner lainnya yaitu bisnis kedai kopi. Berdasarkan perkembangannya kedai kopi ini terbagi menjadi dua, yang pertama kedai kopi yang bergaya atau berkonsep modern dan kedai kopi yang bergaya atau berkonsep tradisional.

Kedai kopi dengan gaya atau konsep tradisional dibentuk dengan sederhana biasanya memakai tempat duduk dengan menggelar tikar/karpet untuk lesehan, kemudian hanya terdapat beberapa aneka makanan ringan seperti kacang- kacangan dan gorengan, sedangkan Kedai kopi yang bergaya atau berkonsep modern dapat diartikan sebagai kedai kopi yang dikonsepsi layaknya

---

<sup>3</sup> Haris Yusuf Muda Hasibuan, *Analisis Pengaruh Lokasi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Angkringan Mas Bro* [Skripsi], (Yogyakarta: Stie Widya Wiwaha, 2017), hal. 1

cafe mempunyai tempat yang luas, fasilitas wifi, musholla dan kamar mandi, terdapat meja dan kursi yang banyak, adanya aneka makanan ringan seperti sundukan usus, telur puyuh, sosis, dsb.

Tulungagung merupakan kabupaten yang terkenal akan budaya *ngopi* dan *nyethe*, budaya yang ada pada masyarakat ini mendukung adanya peluang bisnis kopi yang mendorong bermunculannya warung kopi di setiap sudut jalan kabupaten Tulungagung.<sup>4</sup> Hal tersebut juga didukung dari peguyupan dan hiburan se-Tulungagung (pahawita) dengan 19 kecamatan dan 257 desa jumlah kedai kopi sudah mencapai 7.000 unit lebih.<sup>5</sup> Antusiasme masyarakat Tulungagung yang memulai aktifitas dengan meminum kopi, serta menjadikan *ngopi* sebagai tempat refleksi sesudah pulang bekerja, ajang reuni, hingga tempat bertukar pikiran yang berdampak pada perputaran ekonomi yang semakin meningkat dan membaik.

Maraknya kedai kopi di kota Tulungagung mengharuskan para pemilik usaha kopi harus pandai dalam menarik konsumen, hal ini dilakukan dengan maksud agar usaha kedai kopi tidak kalah saing dengan bisnis kedai kopi lainnya. Persaingan usaha membuat para pelaku usaha di bidang kedai kopi harus memperhatikan hal-hal yang memiliki pengaruh terhadap keberlangsungan usaha mereka. Utamanya kepuasan konsumen adalah hal yang paling berpengaruh, Menurut Kasmir dalam Islami menyatakan bahwa “kepuasan adalah tingkat rasa kepuasan konsumen setelah membandingkan

---

<sup>4</sup> Yudha Auladana, “Gaya Hidup Ngopi- Nyethe Pemuda di Kabupaten Tulungagung Tahun 1980-2019”, *e-Journal Pendidikan Sejarah*, Vol. 12 No.1, (Surabaya: AVATARA, 2022), hal. 3

<sup>5</sup> *Ibid.*, hal. 4

antara apa yang dia terima dan harapan. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi konsumen dalam waktu yang lama”.<sup>6</sup>

Adanya pembelian ulang dari konsumen suatu pemilik usaha dapat menjaga keberlangsungan usahanya, begitupun sebaliknya, jika kepuasan konsumen tidak dapat tercapai hal ini dapat membawa dampak yang negatif berupa hilangnya konsumen bahkan kemungkinan terburuknya dapat kehilangan pangsa pasar. Hal ini berarti dengan berkurangnya konsumen, pendapatan suatu usaha akan menurun dan dapat berdampak buruk bagi pelaku usaha. Dari sini para pelaku usaha khususnya pelaku usaha kedai kopi harus mengerti bagaimana cara dalam meningkatkan kepuasan konsumen, seperti membuat konsep bisnis kedai kopinya yang berbeda dengan bisnis kedai kopi lainnya.

Kepuasan konsumen tidak lepas dari faktor-faktor internal dari suatu bisnis atau perusahaan tersebut, Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi hal tersebut dijelaskan oleh Rangkuti dalam Oktaviani dan Setyorini terdapat 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.<sup>7</sup> Pengendalian internal ini juga memiliki kaitan antar satu dengan yang lain seperti penelitian yang

---

<sup>6</sup> Islami, V, “Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus: Klinik Palapa Dentis Jakarta Selatan)”, *Perspektif*, Vol.16 No.2, (Jakarta: Akademi Sekretari dan Manajemen Bina Sarana Informatika, September 2018), hal. 113–117

<sup>7</sup> Oktiani, N., & Setyorini, I, “Service Quality Dan Customer Satisfaction Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV Jaya Motor Bekasi”, *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, Vol.11 No.1, (Jakarta: Widya Cipta, Maret 2018), hal. 8-16

dilakukan oleh Nina terkait pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen pada kedai Janji Jiwa di Solo, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiganya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>8</sup>

Citra merek yang dibangun seperti dalam penelitian Nina juga masuk dalam upaya internal perusahaan dalam eksistensi bisnis, sehingga kepuasan konsumen dapat diciptakan dengan membangun citra merek yang positif. Citra merek merepresentasikan asosiasi – asosiasi yang diaktifkan dalam memori ketika berpikir mengenai merek tertentu.<sup>9</sup> Semakin baik citra merek suatu produk semakin tinggi pula kepuasan konsumen, hal ini akan mempermudah konsumen dalam melekatkan suatu merek.

Selain citra merek, kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menjual produk yang beragam. Keragaman produk dapat memberikan keleluasaan konsumen dalam pemilihan suatu produk dengan beragam variasi pilihan, sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan. Keragaman produk adalah “*A product mix (also called a product assortment) is the set of all products and items a particular seller offers for sale*”<sup>10</sup> artinya bauran produk (dapat disebut dengan keragaman produk) adalah keseluruhan produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual untuk dijual.

---

<sup>8</sup> Nina Purwitaningsih, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Janji Jiwa di Kota Solo”, [Skripsi], (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta), 2021

<sup>9</sup> A. Shimp, Terence, *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*, (Jakarta : Salemba Empat, 2014), hal. 40.

<sup>10</sup> Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc, (2016,) hal 58.

Tidak hanya citra merek dan keragaman produk saja yang harus dilihat dari pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner, tempat atau lokasi yang strategis dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen, lokasi yang strategis dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sulistiana terkait pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Coffe Shop Rumalan Tulungagung, hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan.<sup>11</sup>

Ketepatan dalam pemilihan lokasi adalah salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh pelaku usaha, karena faktor lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Lokasi yang nyaman, tenang, santai dan tentunya mudah dijangkau oleh konsumen. Sebelum konsumen memutuskan untuk pergi ke kedai kopi mereka juga akan mempertimbangkan lokasi dari kedai kopi tersebut. Komponen yang mudah menyangkut lokasi dalam Tjiptono yang mana pemilihan lokasi strategis yang 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-faktor lainnya.<sup>12</sup>

Maka dari itu citra merek, keragaman produk dan lokasi sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang mana menurut

---

<sup>11</sup> Sulistiana, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffe Shop Rumalan Tulungagung, [Skripsi],(Surabaya, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)

<sup>12</sup> Tjiptono. *Manajemen Pemasaran dan Analisis Perilaku Konsumen*, (Jakarta: BPFE, 2001), hal. 55

Kotler dalam Desy Irana mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.<sup>13</sup> Dan menurut Susanti, mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan membeli adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Yang mana konsumen membentuk keputusan pembelian atas dasar faktor-faktor seperti citra merek, harga, gaya hidup dan lokasi.<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan keputusan yang benar-benar diambil oleh konsumen dalam memilih suatu produk yang akan mereka beli, yang biasanya mempertimbangkan banyak hal mulai dari kualitas, harga, keragaman produk, citra merek dan lokasi. Hal-hal ini yang seharusnya mampu ditangkap oleh para pebisnis di bidang kuliner terutama tempat santai ngobrol sambil ngopi, peluang usaha warung kopi yang sudah ditangkap dengan segala konsep dari sederhana sampai modern ini secara tidak langsung telah meningkatkan pendapatan suatu wilayah, karena masyarakat yang pada awalnya hanya bekerja sebagai buruh maupun pengangguran akan mendapatkan pendapatan lain diibaratkan jika suatu wilayah awalnya masyarakatnya yang bekerja 50% setelah dibukannya kedai kopi, maka jumlah masyarakat yang bekerja pun juga meningkat dan secara langsung

---

<sup>13</sup> Irana Desy dan Rahmat. 2017. "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan". *Jurnal Ilman*, Vol.5 No.1, pp. 15-24, Februari 2017, ISSN 2355-1488. hal. 17

<sup>14</sup> Susanti, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Gaya Hidup dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Starbucks Coffe Cabang Jambi", [*Skripsi*], (Jambi : Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2020)

pendapatan keluarga meningkat yang berdampak pada meningkatnya pendapatan daerah dari perdagangan.<sup>15</sup>

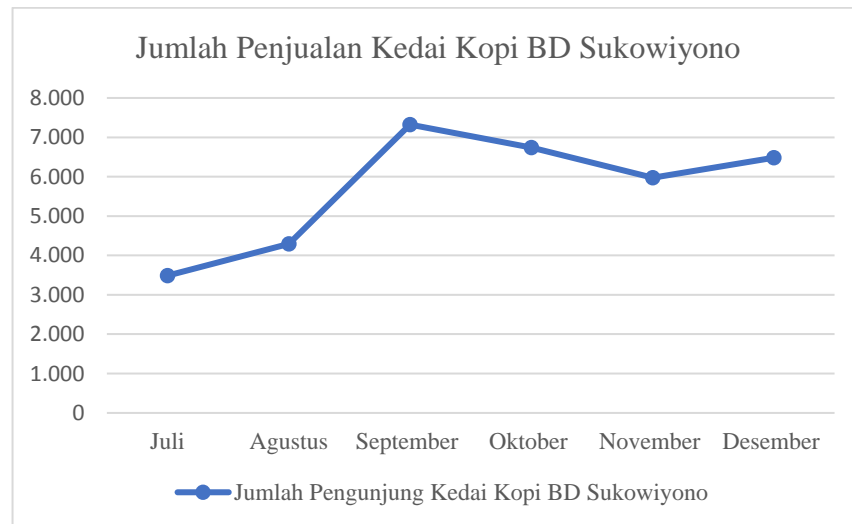
Di dalam persaingan ini terdapat beberapa faktor-faktor yang mengharuskan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen kedai kopi. Salah satunya adalah kedai kopi BD Sukowiyono. Kedai kopi ini berlokasi di Desa Sukowiyono, Kecamatan Karangrejo, Kabupaten Tulungagung. Lebih tepatnya kedai kopi ini berada di Dusun Tamanan, Desa No.01, RT.04/RW.01, Bujet, Sukowiyono, Kec. Karangrejo, Kabupaten Tulungagung.<sup>16</sup> Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis dengan pemilik kedai kopi yang bersangkutan terkait dengan jumlah pengunjung yang didapat total pengunjung dari bulan juni sampai desember 2021. Konsumen dari kedai kopi Balai Desa Sukowiyono tergolong tidak terbatas usia, tidak sedikit pengunjung usia muda sampai tua saling berbaur satu sama lain. Dengan hal ini secara tidak langsung konsumen puas dengan pelayanan yangt didapatkan di kedai kopi Balai Desa Sukowiyono. Hal ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut :

---

<sup>15</sup> R Heru Kristanto, *Kewirausahaan Enterpreneurship Pendekatan Manajemen Dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hal. 94-95

<sup>16</sup> Warkop Baldes, dalam [https://www.semuaabis.com/warkop-baldes\\_1t-0856-4588-1615](https://www.semuaabis.com/warkop-baldes_1t-0856-4588-1615) diakses 26 Januari 2022

**Gambar 1.1**  
**Jumlah Penjualan**



Sumber : Laporan bulanan pembukuan kedai kopi BD Sukowiyono Tulungagung

Berdasarkan data pada gambar grafik 1.1 diatas terlihat bahwa jumlah penjualan kedai kopi Balai Desa Sukowiyono dari Bulan Juli sampai Bulan September mengalami peningkatan, sedangkan pada Bulan September sampai Bulan November jumlah penjualan kedai kopo Balai Desa Sukowiyono mengalami penurunan, akan tetapi pada Bulan November sampai Bulan Desember jumlah penjualan mengalami peningkatan.

Warung kopi Balai Desa sudah berdiri lama sejak tahun 80-an warung ini berada di tempat strategis di dekat balai desa Sukowiyono yang identik dengan keramaian lingkungan dan jalan raya, serta memiliki lahan yang luas dan nyaman, selain dari segi lokasi warung ini memiliki produk kopi sendiri yang dinamakan kopi ngrasak Balai Desa selain untuk di seduh sendiri juga diperjual belikan untuk umum dan keluar kota sehingga *brand* dan citra merek kedai kopi Balai Desa Sukowiyono juga telah terbantu dengan penjualan produk tersebut.



Pada Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono memiliki minuman yang menjadi salah satu menu signature (citra merk) atau dapat diartikan sebagai menu pembeda dari kedai kopi lainnya yaitu kopi grasak, minuman ini merupakan kopi dengan paduan biji kopi dan kelapa yang disangrai menggunakan tungku api kayu bakar kemudian digiling sedikit kasar, selain itu daya tarik yang dapat memikat konsumen untuk datang ke kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono adalah tempatnya yang sejuk dan bernuansa pedesaan, karena sejauh mata memandang konsumen disuguhkan dengan area persawahan. Menu dan pemandangan inilah yang terkenal dikalangan konsumen sehingga menjadi ciri khas dari kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono.

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa konsumen kedai Kopi Balai Desa mengenai menu, harga yang ditawarkan dan lokasi yang hasilnya pelanggan puas dengan harga yang diwarkan dan juga dengan lokasi yang dapat dikatakan jauh dari keramaian kota akan tetapi hal ini tidak menurunkan minat konsumen yang berdatangan dari berbagai daerah hanya untuk menikmati seduhan kopi grasak dan lokasi yang terdapat di kedai kopi ini memiliki daya tarik yang sangat kuat. Adanya ciri khas yang dimiliki oleh kedai kopi Balai Desa Sukowiyono hal ini dapat menarik konsumen untuk datang.

Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono menyediakan tempat yang nyaman dan pemandangan yang indah bagi anak muda, serta berbagai macam produk yang ditawarkan seperti aneka minuman panas maupun dingin, selain itu juga terdapat aneka makanan ringan seperti snack, sundukan jeroan, usus,

telur puyuh, sosis, gorengan, samapai aneka makan berat yang sudah dibungkus dengan harga terjangkau. Harga yang ditawarkan di kedai kopi ini mulai dari Rp2.000 sampai Rp7.000.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin melakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara keragaman produk, citra merek dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono Tulungagung”**

## **B. Identifikasi masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, terdapat masalah-masalah yang memiliki kaitan dengan penelitian ini, masalah tersebut sebagai berikut:

1. Keragaman produk di warung kopi Balai Desa masih kurang lengkap dan optimal dibandingkan dengan warung kopi lain.
2. Citra merek yang dibangun warung kopi Balai Desa berbeda dengan warung kopi biasa namun menggunakan citra produk kopinya sendiri dan citra namanya sebagai warung kopi.
3. Lokasi warung kopi Balai Desa sedikit masuk dari jalan raya, tapi dekat dengan balai desa.
4. Kepuasan konsumen tidak selalu sama karena memiliki selera yang berbeda-beda yang menjadi tantangan sendiri bagi warkop Balai Desa.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Keragaman Produk, Citra Merk, dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono?
2. Apakah Keragaman Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono?
3. Apakah Citra Merk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, citra merk, dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono.
2. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merk terhadap kepuasan konsumen Kedai

Kopi Balai Desa Sukowiyono.

4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen Kedai Kopi BD Sukowiyono.

## **E. Manfaat Penelitian**

Dengan melaksanakan penelitian ini, ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh, yakni sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian, secara teoritis dapat digunakan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan keilmuan ekonomi dan bisnis mengenai strategi pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai sumbangsih perbendaharaan di perpustakaan, khususnya mengenai pengaruh keragaman produk, citra merk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan khasanah dan bahan rujukan dalam penelitian selanjutnya, serta sebagai pertimbangan bagi para pelaku usaha yang mengalami masalah serupa.

c. Bagi Kedai Kopi Balai Desa

Penelitian ini digunakan untuk menganalisa dan memberikan masukan kepada pihak terkait, dan juga sebagai referensi strategi pengembangan usaha kedepannya.

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

### 1. Ruang Lingkup

Pada penelitian ini yang menjadi ruangnya lingkup serta batasan agar lebih terarah, fokus dan tidak keluar dari permasalahan yang akan dibahas. Yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini adalah variabel yang akan diteliti terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah keragaman produk, citra merek dan lokasi. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan yang didapat konsumen.

### 2. Keterbatasan penelitian

Untuk mengetahui lebih jelas masalah yang akan diteliti, maka berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti hanya membahas beberapa faktor saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah keragaman produk, citra merk dan lokasi. Dan penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono. Alasan penelitian ini dibatasi karena agar penelitian ini lebih terarah dan dapat dibahas secara tuntas sehingga dapat mencapai sasaran yang diharapkan terhadap penelitian

mengenai kepuasan konsumen di Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono.

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer.

Data primer yang diperoleh dari kuesioner pengunjung Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono Tulungagung

### **G. Penegasan Istilah**

Berikut uraian mengenai beberapa definisi yang terdapat dalam judul penelitian ini guna untuk menghindari penafsiran yang tidak diharapkan. Definisi dalam penelitian ini diantaranya:

#### **1. Definisi Konseptual**

Adapun istilah-istilah tersebut antara lain:

##### **a. Keragaman Produk (X1)**

Keragaman Produk dapat didefinisikan sebuah persentase yang diharapkan serta sebuah pengendalian terhadap harapan tersebut guna memenuhi keinginan konsumen.<sup>17</sup>

##### **b. Citra Merk (X2)**

Citra produk toko diartikan sebagai apa yang dipikirkan konsumen tentang toko, termasuk didalamnya persepsi dan sikap yang didasarkan pada sensasi dari rangsangan yang berkesan dengan toko yang diterima oleh benak konsumen melalui pengalaman pada toko tersebut.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Lailatus Sa'adah & Abdullah Fajarul Munir, *Keragaman Produk, Harga, dan Citra Merek Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang : LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2018), hal. 9-11.

<sup>18</sup> Pratiwi Suci Made, "Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja", Vol 2. (2014), hal. 3.

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan tempat usaha. Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.<sup>19</sup>

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah hasil perbandingan yang dirasakan antara kinerja produk dan kesesuaian harapan yang diinginkan konsumen setelah pembelian. Jika produk sesuai atau melampaui harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas dan sebaliknya jika produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen tidak merasa puas.<sup>20</sup>

## 2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti apakah ada pengaruh keragaman produk, citra merek dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di kedai kopi Balai Desa Sukowiyono Tulungagung. Mengacu pada definisi konseptual maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian yaitu:

a. Keragaman Produk (X1)

Keragaman produk adalah kemampuan memberikan berbagai pilihan kepada konsumen mulai dari ukuran, sampai ketersediaan produk yang akan dijual guna memberikan kepuasan kepada konsumen.

b. Citra Merek (X2)

---

<sup>19</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal. 76

<sup>20</sup> Firman Ghazali Djunaidi, *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam....*, hal. 31

Citra merek adalah persepsi masyarakat terhadap suatu produk, apa yang konsumen pikirkan dan rasakan yang diciptakan suatu perusahaan agar terbentuk dalam benak konsumen.

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah letak geografis Kedai Kopi Balai Desa Sukowiyono berdasarkan konsumen. Indikator lokasi pada penelitian ini antara lain :

1. Mudah dijangkau
2. Kelancaran lalu lintas
3. Kenyamanan dan keindahan
4. Area persawahan
5. Samping Balai Desa Sukowiyono

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen adalah harapan dan realita yang tercapai sesuai dengan yang apa yang diharapkan konsumen sebelum membeli, sehingga jika kepuasan ini tercapai maka akan terjadi pembelian kembali.

## H. Sistematika Skripsi

Agar mempermudah dan memperjelas pemahaman dan penjabaran penelitian ini maka dibuat sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

Bab I :Berupa pendahuluan menjabarkan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, serta sistematika penulisan dimaksudkan agar pembaca dapat mengetahui



konteks penelitian ini. Dalam pendahuluan disajikan hal-hal yang menjadi pondasi atau dasar dilakukannya sebuah penelitian.

Bab II :Menjelaskan tentang landasan teori membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan adapun subab dalam teori ini adalah Keragaman Produk, Citra Merek, Lokasi dan Kepuasan Konsumen kemudian dilanjut dengan kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

Bab III :Menguraikan metode penelitian yang digunakan untuk mencapai hasil penelitian secara maksimal. Metode penelitian terdiri atas pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan instrumen penelitian.

Bab IV :Hasil penelitian yaitu hasil dari pelaksanaan suatu penelitian. Terdiri dari paparan data terkait hasil pengujian SPSS data pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen, citra merk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama keragaman produk, Citra Merk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Bab V :Berupa pembahasan yang akan menjelaskan tentang temuan penelitian yang telah dikemukakan pada hasil penelitian. Dengan subbab diantaranya pengaruh keragaman produk terhadap kepuasan konsumen, Citra Merk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen dan pengaruh secara bersama

keragaman produk, citra merk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Bab VI :Berupa kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang dapat diberikan kepada pihak yang berkaitan. Kesimpulan dikemukakan dengan ringkas dan jelas serta mencakup dari keseluruhan pembahasan. Saran adalah pendapat dari peneliti terkait dengan pengembangan penelitian yang akan dilakukan di kemudian hari oleh peneliti lain. Bagian kesimpulan dan saran, dijelaskan mengenai benang merah dalam keseluruhan penelitian yang dilakukan. Dengan menggunakan metode yang tepat maka masalah penelitian akan terjawab secara jelas. Permasalah, hipotesis dan analisis perlu dikaji semaksimal mungkin.