

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap perusahaan selalu berupaya untuk terus eksis dan ingin untuk tumbuh dan berkembang. Tidak ada satupun perusahaan yang ingin usahanya berhenti berjalan dan mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu setiap perusahaan harus dapat memperluas pasar produk dan memiliki strategi pemasaran yang tepat terutama dalam memanfaatkan peluang bisnis. Terlebih lagi, peluang bisnis merupakan suatu hal yang membutuhkan pengamatan lebih agar dapat diketahui. Peluang bisnis seringkali dapat dengan mudah diamati, akan tetapi tidak sedikit juga peluang bisnis yang baru dapat diketahui setelah melakukan analisis lebih mendalam.

Dunia bisnis saat ini tengah mengalami situasi pasang surut terutama sejak adanya pandemi covid-19. Banyak pengusaha yang harus survive kembali dalam menjalankan bisnisnya dikarenakan dampak-dampak negatif yang dirasakan saat terjadinya pandemi covid-19 di Indonesia. Banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh perusahaan menyebabkan semakin banyak wirausahawan baru yang berlomba-lomba mendirikan bisnis. Terjadinya persaingan yang ketat menyebabkan sebuah perusahaan harus memikirkan cara agar bisnis yang dijalankannya dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Oleh

karena itu penerapan strategi pemasaran yang tepat serta pemanfaatan peluang bisnis yang baik perlu dilakukan agar dapat menguasai pasar dan memenangkan persaingan.

Salah satu kegiatan bisnis yang menarik dan banyak dijumpai adalah bisnis pertokoan. Penataan rak-rak yang disusun rapi dengan sistem belanja self service, sistem pembayaran modern dengan menggunakan kasir, variasi produk yang beragam serta lokasi yang bersih dan nyaman sehingga konsumen merasa puas ketika sedang berbelanja. Banyaknya bisnis toko yang sedang berdiri membuat pelaku usaha harus mampu menciptakan keunggulan-keunggulan produk ataupun jasa yang ditawarkan, sehingga menarik minat konsumen dan menciptakan kepuasan konsumen. Pada dasarnya kunci keberhasilan dari suatu bisnis dan perusahaan merupakan pelanggan yaitu sebagai tumpuan dari kinerja hasil penjualan, tingkat profitabilitas dan pangsa pasar. Pelanggan yang datang ataupun melakukan pembelian berulang (purchase buying) merupakan poros dari keberhasilan kinerja. Hal ini dimungkinkan apabila terdapat kepuasan pelanggan terhadap produk yang dibelinya.² Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam hal ini dibandingkan dengan harapannya dimana jika kinerja juga gagal dalam pemenuhan harapan pelanggan akan merasa tidak puas dan jika kinerja sesuai dengan harapan yang diinginkan maka pelanggan akan puas. Artinya, konsumen akan

² Sofjan Assauri, *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013) hlm. 3.

membentuk pendapat yang lebih menguntungkan dari produk atau layanan yang telah mendapat ulasan positif dari konsumen. Kepuasan bisa juga diartikan sebagai upaya dalam pemenuhan sesuatu.

Pada dasarnya, kepuasan pelanggan didapat dari berbagai strategi pemasaran. Dalam menerapkan strategi tersebut tentunya perusahaan tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen sekaligus penting untuk diperhatikan sebagai sebuah strategi pemasaran yaitu dapat dikategorikan seperti lokasi usaha, harga produk serta kualitas toko dalam menyediakan kelengkapan produk ataupun variasi produk yang dibutuhkan konsumen. Ada tiga aspek yang dapat menyatakan kepuasan konsumen diantaranya yaitu loyal terhadap produk, adanya komunikasi yang positif dari mulut ke mulut dan perusahaan menjadi pertimbangan utama. Konsumen yang puas cenderung akan memiliki sifat yang loyal. Konsumen yang memiliki kepuasan akan produk yang telah dibelinya cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Keinginan untuk membeli kembali ini didasari oleh keinginan untuk mengulang pengalaman yang baik dan menghindari pengalaman buruk. Selain itu kepuasan juga menjadi faktor utama yang mendorong adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Hal ini dapat berupa rekomendasi kepada konsumen lain dengan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk ataupun perusahaan penyedia produk. Berdasarkan kepuasan konsumen loyalitas konsumen akan secara otomatis terbentuk yang mengakibatkan

konsumen akan mengutamakan perusahaan/produk yang sama untuk mendapatkan jasa atau produk dari perusahaan tersebut.

Kepuasan konsumen dapat diimplementasikan kedalam tingkat penjualan, apabila banyak konsumen yang melakukan pembelian di toko Wijaya maka akan berdampak pada pendapatan yang akan dihasilkan, begitupun sebaliknya. Apabila sedikit konsumen yang melakukan pembelian di toko Wijaya maka pendapatan yang didapatkan juga akan sedikit. Berikut ini adalah data penjualan toko Wijaya pada tahun 2022:

Tabel 1.1
Data Pendapatan Toko Grosir Wijaya Kertosono Tahun 2022

Bulan	Pendapatan
Januari	Rp. 140.750.000,00
Februari	Rp. 150.500.000,00
Maret	Rp. 175.580.000,00
April	Rp. 178.200.000,00
Mei	Rp. 230.550.000,00
Juni	Rp. 223.900.000,00
Juli	Rp. 215.000.000,00
Agustus	Rp. 255.300.000,00
September	Rp. 250.550.000,00
Oktober	Rp. 210.800.000,00
November	Rp. 220.550.000,00
Desember	Rp. 230.200.000,00

Sumber : Pemilik Toko Grosir Wijaya

Dari data penjualan pada tabel 1.1, dapat diketahui bahwa penjualan pada toko grosir Wijaya tidak stabil dan mengalami penjualan yang naik turun. Akan tetapi jika dilihat pendapatan secara keseluruhan pada tahun 2022, toko grosir Wijaya mengalami pendapatan yang naik secara signifikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko hal

tersebut dikarena toko grosir Wijaya terus melakukan upgrade dan penambahan barang sehingga jumlah barang yang terjual semakin banyak dan mengakibatkan pendapatannya terus meningkat.

Terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi kepuasan konsumen ketika berbelanja, dan indikator pertama yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah lokasi usaha. Lokasi usaha merupakan hal utama yang perlu dipertimbangkan oleh pelaku usaha. Lokasi yang strategis merupakan salah satu faktor penting yang akan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Dengan adanya lokasi yang strategis maka usaha dan bisnis akan mengalami kemajuan karena aksesnya yang mudah dijangkau serta tempatnya yang sesuai untuk jenis usaha yang didirikan.³ Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan dengan matang karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha tersebut. Kesuksesan usaha merupakan sebuah keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari keadaan yang sebelumnya. Pemilihan lokasi usaha biasanya berlandaskan pada segmen pasar atau target pembeli, seperti usia, pendapatan, jenis kelamin, dan lain-lain. Segmen pasar ini yang akan menjadikan konsep perencanaan usaha agar mudah mencapai tujuan.

³ Deisita Memah, Altje Tumbel dan Paulina Van Rate, *Analisis Strategi Promosi, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Citraland Manado*, (Jurnal EMBA, Vol. 3 No. 1 Maret 2015), hlm. 1272.

Tabel 1.2
Daftar Toko Grosir yang berada di sekitar Toko Grosir Wijaya

No.	Nama Toko	Jarak dari Toko Grosir Wijaya
1.	Toko Noko	260 meter
2.	Toko Emas Mahkota	650 meter
3.	Toko Grosir Satu	700 meter
4.	Toko Timur Jaya	750 meter
5.	Toko Jari-jari	850 meter
6.	Toko Damai	900 meter

Sumber : Observasi peneliti

Berdasarkan data pada tabel 1.3, dilihat dari segi lokasi toko grosir Wijaya berada di lokasi yang strategis yaitu berada dekat dengan jalan raya. Selain itu toko grosir Wijaya juga memiliki visibilitas toko yang terlihat jelas dan lalu lintas yang ramai serta lancar serta kemudahan akses untuk menuju lokasi. Terlebih lagi toko Grosir Wijaya berada di wilayah yang dekat dengan hotel yaitu hotel Shinta Kertosono dan hotel Lestari Banaran. Akan tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa toko grosir Wijaya berada tidak jauh dari toko grosir lain. Hal ini dapat menyebabkan persaingan yang ketat dalam menarik minat konsumen. Berdasarkan hal tersebut toko grosir Wijaya berusaha untuk selalu dapat menciptakan keunggulan yang kompetitif, membuat konsep baru agar menarik konsumen dibandingkan para pesaingnya. Dengan semakin ketatnya persaingan antar pelaku bisnis sejenis ini membuat mereka berjuang dengan keras dalam mempertahankan keberadaannya dari sekian

banyaknya usaha ritel yang berkembang di Indonesia sekarang ini, khususnya di Kecamatan Kertosono.

Indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang kedua adalah harga. Menurut William J. Stanton harga adalah sebuah nominal (berupa uang) yang diperlukan untuk memperoleh beberapa kombinasi baik berupa barang ataupun pelayanan yang menyertainya.⁴ Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi yang didapatkan akibat dari adanya beberapa hal diantaranya yaitu deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya permintaan pasar, serta adanya peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga memiliki peran besar dalam memberikan pengaruh bagi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek. Harga juga sangat berpengaruh terhadap konsumen karena apabila harga yang ditawarkan oleh penjual lebih terjangkau daripada toko lain serta produk tersebut berkualitas baik maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli. Penetapan harga harus disesuaikan antara daya beli konsumen sasaran dan pertimbangan faktor lain seperti pesaing, keuntungan, biaya dan perubahan permintaan pasar.⁵

⁴ Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), Cet 2, hlm. 268.

⁵ Riyono, Gigih Erlik Budiharja, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati*, Jurnal STIE Semarang, Vol. 8 No. 2, 2016, hal. 100.

Tabel 1.3
Perbandingan Harga

Nama Produk	Toko Damai	Toko Grosir Satu	Toko Grosir Wijaya
Gulaku Gula Tebu Putih 1kg	Rp. 12.000,00	Rp. 13.600,00	Rp. 12.500,00
Indomie Goreng	Rp. 3.000,00	Rp. 2.800,00	Rp. 2.500,00
Minyak Fortune 2L	Rp. 37.500,00	Rp. 37.500,00	Rp. 37.200,00
Mamy Pokok Baby Diapers	Rp. 51.000,00	Rp. 54.500,00	Rp. 49.700,00
Pepsodent Fresh 190 gr	Rp. 13.000,00	Rp. 13.500,00	Rp. 13.000,00
Beras Sania 5 kg	Rp. 60.500,00	Rp. 60.000,00	Rp. 55.650,00

Sumber: Observasi Peneliti

Berdasarkan data pada tabel 1.2, dari perbandingan harga yang didapatkan setelah peneliti melakukan observasi terhadap 3 jenis toko terlihat bahwa harga yang ditawarkan oleh toko grosir Wijaya tergolong lebih murah. Harga yang ditawarkan tergolong lebih murah apabila dibandingkan dengan toko-toko yang berada di wilayah yang sama. Hal ini memicu konsumen untuk terus membandingkan harga ketika konsumen ingin berbelanja. Terlebih lagi, apabila mereka menawarkan jenis dan kualitas produk yang sama, konsumen akan sangat terpengaruh dan konsumen akan terus membandingkan harga sebelum membuat keputusan untuk berbelanja.

Indikator ketiga yang dapat mempengaruhi konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan cara bagi pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat memenuhi harapannya. Oleh karena itu jika suatu perusahaan dapat secara

konsisten dan sesuai dengan harapan konsumen dalam memberikan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari para pesaingnya, maka konsumen akan merasa puas.⁶ Kualitas pelayanan juga mencakup upaya dari perusahaan untuk mengadakan perbaikan kualitas secara terus-menerus terhadap proses produk dan layanan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Indikator kelima yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, hal tersebut meliputi daya tahan, kinerja, kehandalan, persepsi terhadap kualitas, serta atribut lainnya.⁷ Oleh karena itu semakin baik kualitas penawaran produk suatu perusahaan, maka konsumen akan semakin puas dengan produk tersebut. Akan tetapi kualitas produk pada toko grosir Wijaya bukanlah merupakan suatu keunggulan. Hal ini dikarenakan toko grosir Wijaya menjual produk-produk yang juga bisa ditemui pada toko-toko lain. Toko grosir Wijaya tidak memiliki produk pribadi yang dapat diolah dengan kualitas lebih. Sehingga toko grosir Wijaya hanya dapat memastikan bahwa produk yang dijual masih dalam kondisi baik dan layak konsumsi untuk dapat bisa mempertahankan kualitas produk yang disediakan.

⁶ Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yulaiti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*, Jurnal Manajemen, Vol. 11 No. 2, 2016, hal. 266.

⁷ Richel Florencia Simatupang, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sepatu Bata MTC Giant Panam Pekanbaru*, Jurnal Ilmu Administrasi, Vol. 6 Edisi 11, 2019, hal. 4.

Indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yang kelima adalah kelengkapan produk. Menurut Ma'ruf kelengkapan produk adalah sebuah proses pengadaan produk-produk yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk umum, dan lain-lain) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko.⁸ Adapun indikator dari kelengkapan produk meliputi keragaman dan ketersediaan produk. Keragaman dilihat dari lebar, panjang dan dalamnya bauran produk. Sedangkan ketersediaan dilihat dari tersediannya barang yang akan dibeli dan dipesan. Toko grosir Wijaya merupakan salah satu toko yang memiliki variasi atau kelengkapan produk yang diunggulkan. Toko grosir ini menyediakan berbagai barang dengan berbagai fungsi dan merek yang banyak dicari oleh konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dari pemilik Toko, dalam membantu dan mengupayakan kepuasan konsumen Toko Grosir Wijaya selalu melakukan pencatatan secara sistematis mengenai jenis produk yang banyak dicari oleh konsumen. Kemudian produk baru yang memiliki tingkat pencarian paling banyak akan disediakan oleh toko Wijaya untuk dijual kepada para konsumen.

Selanjutnya indikator keenam yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Tata Letak Toko. Tata Letak Toko merupakan suatu desain penataan suatu produk sehingga terlihat menarik. Menurut Alma

⁸ Tri Almunawaroh dan Muhammad Ngasifudin, *Pengaruh Kelengkapan Barang dan Harga Terhadap Minat Belanja di Pasar Tradisional Cibeunying*, (Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol. 16 No. 1, 2021), hlm. 55

(2016:189) pengertian display yaitu “keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh daya tarik atau oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.” Tata Letak Toko merupakan tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko. Pemilik dan pengelola harus merancang tata letak produk yang menarik dan mudah dijangkau oleh konsumen. Tata Letak Toko produk juga harus memudahkan konsumen berjalan dan berlalu lalang sehingga konsumen bisa mencari dan memperoleh barang yang dibutuhkan dengan mudah dan cepat. Toko grosir Wijaya merupakan toko grosir yang menerapkan sistem self service dengan penataan produk yang dibuat sesuai dengan pemilihan lokasi (location), pengelompokan produk (grouping), penataan muka pajangan (facing), bentuk atau pola display (pattern) dan ketinggian posisi display (position). Hal tersebut dilakukan guna memberikan kenyamanan dan kepuasan konsumen ketika berbelanja sehingga teknik ini merupakan salah satu keunggulan dari toko grosir Wijaya dibandingkan dengan toko-toko grosir lain yang berada di wilayah Kecamatan Kertosono.

Adapun yang menjadi alasan dan pertimbangan dalam memilih judul penelitian ini secara objektif adalah peneliti telah melakukan kegiatan pra riset sebelumnya kepada 30 konsumen di lokasi toko grosir Wijaya yang dipilih secara acak. Dengan menawarkan enam faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Berikut merupakan pemaparan hasil penelitiannya.

Tabel 1.4
Hasil Survey Pra Riset

	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	Jumlah Konsumen
1.	Lokasi	5
2.	Harga	10
3.	Kualitas Pelayanan	3
4.	Kualitas Produk	1
5.	Kelengkapan Produk	6
6.	Tata Letak Toko	5
	TOTAL	30

Sumber: Hasil Survey 30 Konsumen Toko grosir Wijaya

Berdasarkan data pada tabel 1.4 terdapat empat faktor yang dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen pada toko grosir Wijaya yaitu: Lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko. Maka dari itu peneliti memutuskan untuk mengambil variabel lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko sebagai fokus utama dalam variabel x pada penelitian ini.

Toko grosir Wijaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang bisnis swalayan. Toko grosir Wijaya berlokasi di Jl. Supriyadi No.51 A, Kudu, Kec. Kertosono, Kab. Nganjuk, Jawa Timur. 64312. Peneliti memilih toko grosir Wijaya karena toko ini merupakan salah satu toko grosir yang paling ramai di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Selain itu pendapatan yang diperoleh terus mengalami peningkatan yang stabil sejak awal berdiri pada tahun 2010. Toko grosir Wijaya telah melakukan upgrade baik dari segi lokasi, pelayanan serta fasilitas yang digunakan demi memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi keberlangsungan

suatu usaha. Apabila toko dapat memberikan kepuasan konsumen maka secara otomatis akan timbul loyalitas konsumen terhadap toko tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas dan memahami pentingnya lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko bagi perusahaan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk dan Tata Letak Toko Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Wijaya Di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, dalam penelitian ini dibahas mengenai identifikasi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, hal ini dilakukan agar pembahasan lebih terarah dan agar sesuai dengan tujuan yang akan dicapai yaitu terkait pengaruh lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen pada toko wijaya di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk, maka dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Pengaruh kelengkapan produk terhadap terhadap kepuasan konsumen.
4. Pengaruh Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk?
4. Apakah Tata Letak Toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk?
5. Apakah lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk?

D. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.
4. Untuk mengetahui pengaruh Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen pada toko grosir WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.

E. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai apa saja variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi pihak toko WIJAYA terhadap kebijakan yang akan

diambil pihak minimarket untuk mempertahankan eksistensinya. Serta informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam perencanaan strategi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan serta dapat memberikan tambahan referensi atau kepustakaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama namun dengan variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas peneliti membatasi masalah yang diteliti agar lebih terarah dan spesifik. Ruang lingkup yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen pada toko WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Dengan menggunakan variabel bebas (X) yaitu lokasi, harga, kelengkapan produk, dan Tata Letak Toko sedangkan untuk variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen.

Mengingat banyaknya perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka peneliti membuat batasan-batasan masalah yang jelas mengenai apa yang dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Pembatasan pada penelitian ini yaitu konsumen di toko WIJAYA Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dalam penelitian ini yaitu penegasan konseptual dan penegasan operasional. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Konseptual

a. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengaruh adalah kemampuan yang berasal dari orang ataupun benda yang dapat membentuk watak, kepercayaan ataupun perbuatan seseorang.⁹

b. Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono Lokasi usaha adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan operasionalnya untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.¹⁰ Lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan karena menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha.

⁹ Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka), hlm. 256.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Operasional*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 92

c. Harga

Menurut Swastha harga adalah sejumlah nominal berupa uang yang dibutuhkan ketika ingin mendapatkan suatu produk atau pelayanan. Sedangkan menurut Buchori Alma harga (price) adalah sejumlah uang yang harus ditukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.¹¹

d. Kelengkapan Produk

Menurut Kotler kelengkapan produk adalah tersedianya berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh produsen untuk dikonsumsi atau dipakai oleh konsumen termasuk juga mengenai kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh toko.¹²

e. Tata Letak Toko

Menurut Buchori Alma pengertian *display* adalah keinginan membeli sesuatu, yang tidak didorong oleh seseorang, tetapi didorong oleh daya tarik, atau oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya. Tata

¹¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), Hlm. 39.

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks, 2009

Letak Toko merupakan tata letak produk, kasir dan arus lalu lalang konsumen di dalam toko.¹³

f. Kepuasan Konsumen

Menurut Umar kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya ketika telah menyelesaikan transaksi.¹⁴

2. Secara Operasional

Penegasan operasional merupakan definisi variabel secara operasional yang bersifat riil dan nyata dalam lingkup objek penelitian. Secara operasional penelitian ini bermaksud untuk menguji adanya pengaruh lokasi, harga, kelengkapan produk dan Tata Letak Toko terhadap kepuasan konsumen pada toko WIJAYA di Kecamatan Kertosono Kabupaten Nganjuk. Hal itu merupakan definisi yang didasarkan pada sifat-sifat yang didefinisikan serta dapat diamati dan secara tidak langsung akan merujuk pada alat pengambilan data yang sesuai untuk digunakan.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penelitian ini tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri atas bagian awal, bagian isi dan akhir penelitian. Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disajikan dalam 6 bab, pada setiap babnya terdapat beberapa sub bab

¹³ Meilaty Finthasari, Sri Ekowati dan Roy Krisna, *Pengaruh Kualitas Produk, Tata Letak Toko dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen*, Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 1

¹⁴ Indrasari., Op. Cit, hlm. 82-88.

sebagai perincian dan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini disajikan gambaran secara singkat mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini. Pembahasan dalam bab pendahuluan ini mencakup unsur antara lain latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, identifikasi masalah, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dideskripsikan mengenai pengertian serta penjelasan dari teori-teori manajemen pemasaran, lokasi, harga, kelengkapan barang (produk), penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling, sampel penelitian, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil penelitian yang telah diteliti yaitu meliputi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai pembahasan-pembahasan dari rumusan masalah yang pertama sampai rumusan masalah yang terakhir.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini berisi uraian tentang kesimpulan peneliti berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, serta saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini.