

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Setelah masa pandemi Covid-19 berakhir, dunia perekonomian di Indonesia mulai pulih dan bangkit kembali. Berbagai sektor di Indonesia mulai menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan yang cukup signifikan. Salah satu sektor yang mengalami perkembangan cukup pesat yaitu sektor perdagangan. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya para pelaku usaha yang ada di Indonesia sekarang, baik itu usaha mikro, kecil, menengah maupun besar. Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi. Dari sektor perdagangan inilah tercipta lapangan usaha dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Timur. Sektor perdagangan di Kabupaten Tulungagung dapat dikatakan cukup berperan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Tulungagung. Komoditas perdagangan yang ada di Kabupaten Tulungagung tidak hanya dapat memberikan kontribusi pada peningkatan daya saing daerah, tetapi juga dapat memberikan peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan bentuk usaha, perdagangan di Kabupaten Tulungagung yang terbesar adalah perorangan yaitu sebesar 8.229 usaha, disusul Perseroan Terbatas (PT) sebesar 208 usaha. Kemudian, disusul

*Commanditarie Vennootschap* (CV) sebesar 192 usaha, koperasi sebesar 52 usaha, Firma sebesar 10 usaha serta badan usaha lain sebesar 118 usaha.<sup>2</sup>

**Tabel 1.1**

**Jumlah Volume Usaha UMKM (Juta Rupiah)  
Kabupaten Tulungagung Tahun 2018-2022**

NO	KECAMATAN	2018	2019	2020	2021	2022
1	Besuki	7.987,62	8.028,84	9.065,94	9.954,40	10.949,84
2	Bandung	8.831,13	7.962,17	9.711,92	10.663,68	11.730,05
3	Pabel	14.317,57	21.477,87	16.179,10	17.764,65	19.541,12
4	Campurdarat	20.214,77	20.774,98	18.436,30	20.243,06	22.267,37
5	Tanggunggunung	5.061,03	5.137,59	6.741,91	7.402,62	8.142,88
6	Kalidawir	22.011,80	24.999,54	29.417,90	32.300,85	35.530,94
7	Pucanglaban	5.501,12	6.376,69	6.712,21	7.370,01	8.107,01
8	Rejotangan	14.948,37	18.188,07	17.864,58	19.615,31	21.576,84
9	Ngunut	22.891,98	23.983,62	28.148,22	30.906,75	33.997,42
10	Sumbergempol	20.178,10	20.832,95	18.978,33	20.838,21	22.922,03
11	Boyolangu	17.874,96	21.332,94	16.496,38	18.115,22	19.926,74
12	Tulungagung	19.613,31	20.101,08	22.980,41	25.232,49	27.755,74
13	Kedungwaru	24.777,03	27.012,55	30.026,75	32.969,37	36.266,31
14	Ngantru	6.205,26	6.557,85	8.152,66	8.951,62	9.846,79
15	Karangrejo	17.647,58	20.922,80	23.463,04	25.762,42	28.338,66
16	Kauman	12.285,83	11.217,19	11.894,87	13.060,57	14.366,62
17	Gondang	52.840,06	54.412,04	59.318,42	65.131,63	71.644,79
18	Pagerwojo	10.268,75	11.738,91	13.008,62	14.283,46	15.711,81
19	Sendang	19.906,71	22.054,67	24.168,41	26.536,92	29.190,61
	<b>Total</b>	<b>333.362,96</b>	<b>353.112,35</b>	<b>370.767,97</b>	<b>407.103,23</b>	<b>447.813,55</b>

Sumber: Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kabupaten Tulungagung

Berdasarkan data dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat Kabupaten Tulungagung yang menggantungkan kehidupannya dari sektor perdagangan (UMKM). Salah satu usaha dagang yang banyak ditemukan di wilayah Kabupaten Tulungagung adalah usaha kuliner. Usaha kuliner menjadi salah satu jenis usaha yang cukup

<sup>2</sup> Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tulungagung. *Data Statistik Ekonomi Kabupaten Tulungagung Tahun 2023*. (Tulungagung: Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tulungagung, 2023), hal 33

menjanjikan dan dapat terus bertahan seiring dengan perkembangan zaman. Hal ini dikarenakan, usaha kuliner berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok seluruh umat manusia akan makan dan minum. Dari beberapa jenis usaha kuliner, usaha warung makan merupakan salah satu jenis usaha kuliner yang banyak ditemukan di wilayah Kabupaten Tulungagung. Warung makan biasanya banyak ditemukan di wilayah yang dekat dengan pusat aktivitas yang padat, seperti perkantoran, sekolah/ perguruan tinggi maupun pabrik. Warung nasi atau warung makan merupakan sebuah usaha komersial, yang menjual beragam makanan dan minuman dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan restoran.<sup>3</sup> Kebanyakan usaha warung makan ini tempatnya lebih sederhana dan harganya relatif lebih murah, sehingga dapat dijangkau oleh seluruh golongan masyarakat.

Berbicara mengenai usaha bisnis kuliner, khususnya usaha warung makan, terdapat salah satu desa di Kabupaten Tulungagung yang memiliki banyak pelaku usaha warung makan. Desa tersebut adalah Desa Plosokandang. Desa Plosokandang merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Desa ini juga menjadi salah satu desa dengan jumlah penduduk terpadat di Kecamatan Kedungwaru dengan jumlah penduduk sebanyak 8.286 jiwa yang terdiri dari 4.194 laki-laki dan 4.092 perempuan.<sup>4</sup> Desa Plosokandang sekarang

---

<sup>3</sup> GeTI, "Warung Nasi, Usaha yang Tak Tergerus Zaman dan Pasti Laris", dalam <https://geti.id/warung-nasi-usaha-yang-tak-pernah-tergerus-zaman-dan-pasti-laris/>, diakses 30 September 2023

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, *Kecamatan Kedungwaru Dalam Angka 2023*, (Tulungagung: BPS Kabupaten Tulungagung, 2023), hal. 27

menjadi desa yang cukup ramai dengan banyak pelaku usaha, baik itu usaha jasa *foto copy* dan print, warung kopi, warung makan, kos-kosan, laundry, dan lain-lain. Semua ini dilatarbelakangi oleh keberadaan kampus UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung atau yang lebih dikenal dengan nama UIN SATU Tulungagung. UIN SATU Tulungagung merupakan sebuah perguruan tinggi Islam negeri yang ada di Tulungagung dengan jumlah mahasiswa terbanyak dibandingkan dengan perguruan tinggi negeri maupun swasta lainnya yang ada di Kabupaten Tulungagung. Dengan jumlah mahasiswa sekitar 26.000 inilah yang mendorong munculnya banyak pelaku usaha di Desa Plosokandang, khususnya usaha warung makan. Melihat potensi yang ada tersebut, membuat warga sekitar berbondong-bondong untuk membuka suatu usaha warung makan di sekitar rumahnya. Pembelinya tidak hanya masyarakat umum, tetapi juga para mahasiswa sebagai target utamanya. Berikut merupakan beberapa nama warung makan di Desa Plosokandang yang lokasinya berada di sekitar kampus UIN SATU Tulungagung :

**Tabel 1.2**

**Daftar Nama Warung Makan**

<b>No</b>	<b>Nama Warung Makan</b>	<b>No</b>	<b>Nama Warung Makan</b>
1	Warung Mak Mumun	11	Warung Sederhana
2	Warung Melati	12	Warung Barokah
3	Warung Mayar	13	Warung 99
4	Warung Maketi	14	Warung Nanda
5	Warung Urip Jamilah	15	Warung Bu Ana
6	Warung Andika	16	Warung Santai
7	Warung Mak Tik	17	Warung Mbah Akad
8	Warung Mak Ana		

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Kebanyakan warung makan yang ada di sekitar kampus UIN SATU Tulungagung merupakan usaha warung makan yang sejenis. Hal ini dikarenakan, menu yang dijual itu kebanyakan sama, seperti nasi ayam geprek, nasi campur, nasi pecel, nasi tempe penyet, es teh, kopi dan lain-lain. Salah satu faktor inilah yang membuat tingkat persaingan para pelaku usaha warung makan di Desa Plosokandang semakin ketat. Setiap warung makan memiliki pendapatan yang berbeda-beda setiap harinya. Terkadang sepi pengunjung dan terkadang ramai pengunjung. Oleh karena itu, seorang pemilik warung makan harus dapat meningkatkan dan mempertahankan pangsa pasar dan juga dapat menerapkan strategi yang tepat agar dapat berhasil dalam bisnis yang dijalaninya tersebut. Salah satu strategi yang dapat diterapkan yaitu dengan cara menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen melalui kepuasan konsumen. Karena pembeli adalah raja, maka sebagai penjual sudah seharusnya melayani konsumen dengan sebaik-baiknya agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Qs. Thahaa ayat 44 :

فَقَوْلًا لَّهُ قَوْلًا لِّمَنَّا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya : *“Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.”*<sup>5</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa, sebagai seorang penjual kita diharuskan untuk melayani konsumen dengan sebaik-baiknya. Hal ini

---

<sup>5</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya...*, hal. 444

dilakukan dengan cara berbicara kepada konsumen dengan ramah, lemah lembut dan sopan agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan terhadap ekspektasi (harapan) seseorang tersebut. Jika kinerja (hasil) yang diberikan gagal memenuhi ekspektasi konsumen, maka konsumen tidak akan puas. Sebaliknya, jika kinerja (hasil) yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Ketika konsumen membeli suatu barang/jasa, tentu konsumen akan berekspektasi terhadap barang/jasa yang dibelinya tersebut. Jika barang/jasa yang dibeli tersebut dapat sesuai atau bahkan lebih tinggi dari ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa puas. Namun sebaliknya, jika barang/jasa tersebut tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas dan kecewa, yang pada akhirnya akan mengurangi minat konsumen untuk membeli ulang.<sup>6</sup> Oleh karena itulah, penting bagi seorang pelaku usaha untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun yang paling utama diantaranya yaitu kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi. Seorang pelaku usaha harus dapat memperhatikan faktor-faktor yang

---

<sup>6</sup> Ida Sukmawati dan James D.D. Massie, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado", *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 3 Sep. (2015), hal. 729

dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, diantaranya yang paling penting yaitu, kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan juga lokasi. Jika diamati secara keseluruhan, masih banyak pelaku usaha warung makan di Desa Plosokandang ini yang masih kurang memperhatikan ke empat faktor kepuasan konsumen tersebut.

Faktor yang pertama dalam hal kualitas pelayanan. Masih ada beberapa warung makan yang kurang tanggap dan cekatan dalam melayani konsumen. Selain itu, sikap kurang ramah dalam melayani konsumen inilah yang dapat membuat konsumen merasa tidak puas dan kecewa. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan dalam penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar sesuai dengan harapan konsumen.<sup>7</sup> Agar suatu perusahaan dapat tetap bertahan dan mendapat kepercayaan konsumen, maka suatu perusahaan harus mengutamakan kualitas pelayanannya. Jika pelayanan yang diberikan baik, maka konsumen akan merasa puas. Namun, jika kualitas pelayanannya buruk, maka konsumen akan merasa kecewa dan tidak puas.

Faktor yang kedua yaitu, faktor harga. Berbicara mengenai harga, bisa dikatakan rata-rata harga yang ditawarkan oleh penjual warung makan di Desa Plosokandang sekitar kampus UIN SATU ini cukup terjangkau oleh konsumen, khususnya mahasiswa. Kebanyakan mahasiswa lebih memilih untuk membeli dengan harga yang murah dengan alasan menghemat,

---

<sup>7</sup> Fandy Tjipto, *Manajemen Jasa Edisi Kedua*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal. 243

meskipun terkadang rasanya tidak sesuai dengan yang diinginkan. Namun, tidak menutup kemungkinan ada juga yang rela mengeluarkan uang yang lebih agar mendapatkan makanan yang kualitasnya jauh lebih baik dan tentu rasanya sesuai dengan yang diinginkan. Meskipun ada beberapa warung makan yang menjual menu dengan harga yang sedikit lebih mahal, ini tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli di warung makan tersebut. Menurut William J. Stanton, harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>8</sup> Harga sering kali disebut sebagai indikator nilai, apabila dihubungkan dengan manfaat yang diterima atas suatu barang atau jasa. Konsumen akan merasa puas, jika kualitas produk yang diperoleh sesuai dengan harga yang ditetapkan. Banyak pelaku usaha yang bangkrut, karena menetapkan harga yang terlalu tinggi dan tidak disesuaikan dengan daya beli konsumen. Oleh karena itu, penting melakukan riset lapangan terlebih dahulu bagi pelaku usaha agar dapat menentukan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen.

Faktor yang ketiga adalah kualitas produk. Ketika harga yang diberikan sedikit lebih mahal, namun kualitas yang diberikan sesuai. Ini dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen, karena konsumen merasakan manfaatnya itu sebanding dengan apa yang dikeluarkannya. Namun, tidak jarang seseorang berpikiran asalkan dapat makan dan

---

<sup>8</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 36

harganya murah, meskipun kualitas dan cita rasanya biasa saja ataupun kurang enak tetap saja dibeli karena keadaan terpaksa. Kualitas produk yang diberikan oleh warung makan di sekitar kampus terkadang tidak tetap/bisa berubah-ubah, baik itu dari segi cita rasa maupun ukuran porsi yang diberikan. Menurut Feignbaum, kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan sedangkan pengertian lain kualitas produk didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh konsumen terhadap kebaikan kinerja barang/jasa.<sup>9</sup> Ketika harga yang ditentukan tinggi tetapi kualitas barangnya kurang seimbang dengan harga dan manfaatnya sedikit untuk konsumen, maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, ketika harga dan kualitas barangnya seimbang dan memberikan banyak manfaat bagi konsumen, maka dapat dipastikan bahwa konsumen akan membeli ulang.

Faktor yang keempat adalah lokasi, lokasi yang nyaman, aman, tenang, dan fasilitas yang memadai juga menjadi poin penting dalam bisnis kuliner. Jika keadaan tersebut tidak dapat terpenuhi, maka akan membuat para konsumen merasa enggan untuk makan dan minum ditempat. Kebanyakan warung makan di Desa Plosokandang yang dekat dengan kampus UIN SATU Tulungagung itu lokasinya strategis dan mudah dijangkau, karena lokasinya yang berada dipinggir jalan. Namun, fasilitas

---

<sup>9</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hal. 101

lahan parkir yang kurang memadai membuat banyak mahasiswa yang parkir sembarangan, sehingga hal ini menimbulkan kemacetan di jalanan. Menurut Philip Kotler, tempat (*place*) itu diartikan sebagai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat suatu produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.<sup>10</sup> Lokasi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat mempermudah konsumen dalam menganalisa kebutuhan akan suatu produk barang/jasa.

Ada beberapa peneliti yang melakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Diantaranya yaitu, penelitian yang telah dilakukan oleh Jefry F.T. Bailia, Agus Supandi dan Sjendry Serulo R. Loindong, yang meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, baik secara parsial maupun simultan variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>11</sup> Berdasarkan hasil penelitian tersebut, hal yang membedakan dengan penelitian ini yaitu pada penelitian Jefry F.T. Bailia, Agus Supandi dan Sjendry Serulo R. Loindong tidak menggunakan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen seperti pada penelitian ini. Pada

---

<sup>10</sup> Philip Kotler & Gery Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 2*, (Jakarta: PT Indeks, 2008), hal. 64

<sup>11</sup> Jefry F.T. Bailia, et. all., Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado, *Jurnal EMBA* Vol. 2 No. 3 September (2014), hal. 1768-1780

penelitian yang dilakukan oleh Nenden Wini Handayani, Nia Sumiati dan Muhammad Syukrullah A, yang meneliti tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Kurnia Jatim Lembang".<sup>12</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut yang membedakan dengan penelitian ini yaitu variabel kualitas produk, harga dan lokasi tidak digunakan sebagai variabel independen seperti pada penelitian ini.

Berdasarkan kajian dari penelitian-penelitian terdahulu, menunjukkan hasil bahwa keempat variabel yaitu, kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali pengaruh keempat variabel terhadap kepuasan konsumen dengan menjadikan Desa Plosokandang sebagai lokasi penelitian. Karena Desa Plosokandang merupakan desa yang lokasinya dekat dengan kampus UIN SATU Tulungagung, dimana mahasiswanya secara umum memenuhi kebutuhan makan dan minumannya di warung-warung makan sekitar kampus. Penelitian ini juga ingin melihat hasil penelitian jika dilihat dari perspektif ekonomi Islam. Maka dari itu, judul dari penelitian ini adalah "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap**

---

<sup>12</sup> Nenden Wini Handayani, et. all., "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Kurnia Jatim Lembang", *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* Vol. 10 No. Maret (2023), hal. 1609-1619

**Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Warung Makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung”.**

**B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi pada penelitian ini yaitu :

1. Kualitas pelayanan yang masih kurang diperhatikan seperti, kurang cekatan dan kurang ramah dalam melayani konsumen.
2. Harga yang ditawarkan masih ada yang terkesan terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.
3. Kualitas produk (makanan dan minuman) kurang diperhatikan, misal cita rasanya berubah-ubah kadang enak dan terkadang juga tidak enak.
4. Lokasi warung makan yang kurang diperhatikan, maksudnya adalah tempat yang disediakan kurang memberikan rasa aman dan nyaman bagi para konsumen. Seperti, lahan parkir yang kurang luas maupun fasilitas yang kurang memadai.

**C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung ?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung ?
5. Apakah kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung ?
6. Bagaimana perspektif ekonomi Islam memandang kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung ?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.

4. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.
5. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.
6. Untuk mengetahui perspektif ekonomi Islam dalam memandang kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi sebagai faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.

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

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini antara lain dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha Warung Makan di Desa Plosokandang

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat serta masukan bagi para pelaku usaha warung makan dalam mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagaung.

- b. Bagi Pihak Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menambah hasil karya tulis ilmiah di perpustakaan UIN SATU Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi sekaligus pengembangan pada penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.

**F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup yang akan dibahas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan terdiri dari lima variabel yaitu :
  - a. Variabel bebas meliputi : Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3), Lokasi (X4).
  - b. Satu variabel terikat : Kepuasan Konsumen (Y).
2. Keterbatasan
  - a. Karena keterbatasan waktu dan data informasi dalam penelitian ini, maka peneliti hanya mengambil sampel konsumen di beberapa warung makan yang ada di Desa Plosokandang, khususnya warung makan yang ada di sekitar kampus UIN SATU Tulungagung.

- b. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi.
- c. Penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Secara Konseptual**

#### **a. Kepuasan Konsumen**

Ada dua pendekatan untuk mengukur kepuasan yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi oleh konsumen. Pendekatan pertama adalah pendekatan kardinal dan yang kedua adalah pendekatan ordinal. Pendekatan kardinal menganggap bahwa besarnya utilitas dapat diukur seperti halnya harga dan kuantitas, dan dinyatakan dalam satuan. Sedangkan pendekatan ordinal menyatakan bahwa utilitas tidak dapat diukur, tetapi utilitas dari berbagai macam barang dan jasa dapat diurutkan. Dalam pendekatan ordinal ini, konsumen memiliki preferensi terhadap kombinasi barang dan jasa.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Sri Adiningsih dan Y.B. Kadarusman, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFY-YOGYAKARTA, 2003), hal. 65

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipersepsikan terhadap ekpektasi (harapan) seseorang tersebut. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen tidak akan puas. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan merasa puas.

#### **b. Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu upaya dalam penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar sesuai dengan harapan konsumen. Harapan konsumen adalah keyakinan konsumen sebelum mencoba/membeli suatu produk yang dijadikan sebagai penilaian kinerja produk tersebut.<sup>14</sup>

#### **c. Harga**

Menurut Philip Kotler dan Amstrong, harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut William J. Stanton, harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Tjipto, *Manajemen Jasa...*, hal. 243

<sup>15</sup> Indrasari, *Pemasaran...*, hal. 36

#### **d. Kualitas Produk**

Produk dapat dikatakan sebagai hasil produksi dari suatu perusahaan. Kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari hasil pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan dan memenuhi harapan dari pelanggan.<sup>16</sup>

#### **e. Lokasi**

Dalam menjalankan sebuah usaha bisnis, diperlukan adanya tempat usaha atau dikenal dengan lokas. Menurut Philip Kotler, tempat (*place*) itu diartikan sebagai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat suatu produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen sasaran.<sup>17</sup>

### **2. Secara Operasional**

Secara operasional, penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam pada warung makan di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel independen, yaitu X1 adalah kualitas pelayanan, X2 adalah harga, X3 adalah kualitas produk, X4 adalah lokasi, dan Y adalah kepuasan konsumen.

---

<sup>16</sup> *Ibid.*, hal. 11

<sup>17</sup> Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran...*, hal. 64

## **H. Sistematika Penulisan Skripsi**

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan skripsi disajikan dalam 6 bab, dan setiap babnya terdapat sub bab sebagai perincian dari bab-bab tersebut, sehingga sistematika penulisannya sebagai berikut :

### **BAB I   Pendahuluan**

Pada bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

### **BAB II   Landasan Teori**

Pada bab ini membahas tentang penjabaran dasar teori yang digunakan untuk penelitian, adapun teori yang digunakan untuk penelitian ini yaitu tentang Perilaku Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi dalam perspektif ekonomi konvensional dan dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian terdahulu sebagai pembanding dalam penelitian ini, kerangka berfikir penelitian dan hipotesis penelitian di bagian akhir bab.

### **BAB III   Metode Penelitian**

Pada bab ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian serta analisis data.

#### BAB IV Hasil Penelitian

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi data dan pengujian hipotesis serta temuan penelitian.

#### BAB V Pembahasan

Pada bab ini berisikan tentang jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

#### BAB VI Penutup

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian ini dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.