

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menunjukkan peningkatan yang besar pasca krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998. UMKM bahkan dianggap menjadi tulang punggung dalam perekonomian, karena perannya yang mampu menjaga stabilitas ekonomi saat koperasi besar mengalami kemunduran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa UMKM telah menjadi indikator penting dalam menilai aktivitas ekonomi masyarakat. UMKM juga dianggap sebagai alternatif strategis untuk memperkuat ekonomi nasional, mengurangi pengangguran, serta memberikan kontribusi besar dalam penyerapan tenaga kerja.<sup>2</sup>

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi saat ini mengalami percepatan yang sangat signifikan, khususnya dalam sektor kuliner. Meningkatnya jumlah pelaku usaha dibidang kuliner mengakibatkan intensitas persaingan bisnis menjadi semakin tinggi, banyak usaha sejenis yang bermunculan mendorong setiap pelaku usaha untuk mampu menyesuaikan diri dengan cepat serta tanggap terhadap perubahan pasar. Sehingga untuk dapat bertahan dan berkembang dalam kondisi persaingan yang dinamis, pelaku usaha dituntut untuk menyusun strategi bisnis yang efektif. Strategi tersebut tidak hanya bertujuan untuk mempertahankan eksistensi usaha tetapi juga

---

<sup>2</sup> Tri Gita Juliani, “*Pengaruh Lokasi , Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk , Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Seblak Padarame Di Graha Asri Cikarng,*” *Mirai Management* 8, no. 2 (2023): 249–59.

untuk memenangkan hati konsumen. Pemahaman terhadap kondisi pasar serta kebutuhan konsumen menjadi kunci paling penting dalam merancang strategi pemasaran yang tepat.<sup>3</sup>

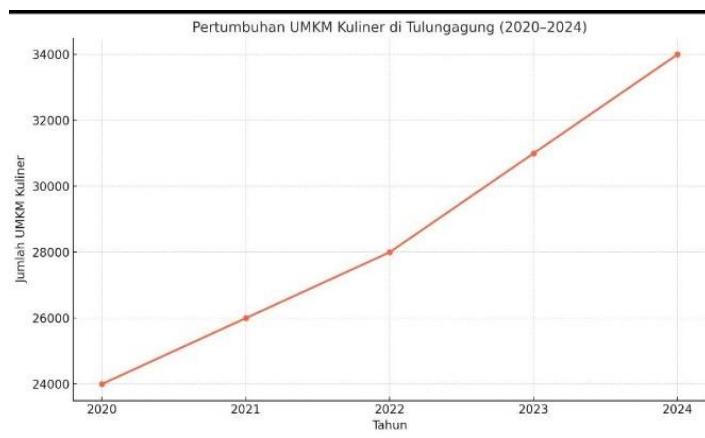
Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang beragam, yang dapat dilihat dari karakteristik sosial budaya, perilaku, serta kebiasaan masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor geografis seperti lokasi tempat tinggal, kondisi iklim, dan tingkat pendapatan. Makanan tradisional merupakan bagian dari konsumsi harian masyarakat, baik makanan pokok, makanan pelengkap, maupun hidangan khusus yang diwariskan secara turun temurun, dengan cara pengolahan dan penggunaan resep khas yang diwarisi dari generasi ke generasi menciptakan cita rasa yang unik dan membedakan makanan tradisional tersebut dari jenis makanan lainnya (Marwanti, 2000).<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> N. A Rahman, M. A dan Aziz, “*Islamic Marketing Perspective: Consumer Satisfaction in Halal Food Sector*,” *Journal of Islamic Marketing*, 2022, 13.

<sup>4</sup> Fitri Cahya Wijayanti, Desta Fitriana Putri, and Sri Wulandari, “Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Seblak Desa Prasmanan Di Desa Bangilan , Kecamatan” 3 (2024): 112–18.

Berikut adalah grafik pertumbuhan UMKM kuliner di Tulungagung tahun 2020-2024



**Gambar 1. 1 Pertumbuhan UMKM**

Grafik pada tabel di atas 1.1 menunjukkan bahwa sektor kuliner mengalami peningkatan signifikan selama lima tahun terakhir. Artinya hal tersebut mengindikasikan tingginya minat masyarakat terhadap usaha makanan dan minuman sekaligus menunjukkan bahwa persaingan ini semakin ketat, membuat harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi menjadi sangat krusial untuk mempertahankan kepuasan konsumen. Berdasarkan data resmi dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Tulungagung mengenai jumlah UMKM mencapai 139.386 unit pada tahun 2023.

Sektor kuliner sebagai bagian dari UMKM, mengalami pertumbuhan yang dinamis seiring dengan meningkatkannya inovasi dan kreativitas pelaku usaha. Saat ini, bisnis kuliner menjadi salah satu yang sangat diminati karena potensi keuntungan yang menjanjikan, salah satu contoh kuliner yang popular di Indonesia saat ini adalah seblak. Seblak adalah salah satu makanan tradisional yang berasal dari Cianjur diwilayah Parahyangan Jawa Barat, kata

seblak berasal dari bahasa sunda “*segak dan nyegak*” yang artinya menyengat dan memiliki makna ditujukan untuk bumbu cikur atau kencur yang menjadi penyedap rasa yang dimasak dengan kerupuk basah, sayuran dan telur. Seblak menjadi makanan atau kudapan yang ada sebelum jaman kemerdekaan, namun seblak mulai makin popular kembali pada tahun 2000 an dengan berbagai jenis varian yaitu seblak basah dan seblak kering.<sup>5</sup>

Seiring dengan perkembangan zaman dan perubahan selera konsumen, seblak mengalami inovasi pada variasi isi dan penyajiannya. Kini seblak tidak hanya menggunakan kerupuk basah sebagai bahan utama, melainkan dilengkapi dengan berbagai topping seperti ceker ayam, sosis, bakso, macaroni hingga keju. Selain itu tingkat kepedasan seblak disesuaikan dengan preferensi konsumen modern, khususnya generasi milenial yang sangat menyukai cita rasa pedas.<sup>6</sup> Ditambah riset Tokopedia mencatat bahwa generasi milenial adalah konsumen yang sering membeli makanan pedas seperti kerupuk bawang pedas, keripik usus pedas dan bakso goreng selain itu seblak juga mengalami peningkatan transaksi hingga 1,5 kali lipat dibandingkan pada tahun 2022. Data dari *google* trend pada tahun 2023 menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap seblak mencapai puncaknya pada bulan juni dengan indeks ketertarikan mencapai angka 100. Dari penelitian yang

---

<sup>5</sup> Sifahudzahainina, Moeljono, and Saeafullah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen,” *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 1, no. 3 (2023): 48–63, <https://doi.org/10.61132/anggaran.v1i3.390>.

<sup>6</sup> Sela Septiani, “*Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Seblak Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada UMKM Seblakblakan Parungkuda)* Skripsi Sela Septiani 20180080084 Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Dan Humaniora Sukabumi Juli 2022,” 2022.

dilakukan Politeknik Negeri Lampung (2023) mengungkapkan sebanyak 92% responden dari kalangan milenial mengonsumsi seblak dan 93,5% mereka menyatakan bahwa seblak memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian masyarakat, terutama pada UMKM.<sup>7</sup> Tidak hanya popular diwilayah Jawa Timur namun telah menyebar ke berbagai daerah lain, Salah satunya diwilayah Tulungagung, yang digemari oleh masyarakat setempat.

Ikilo seblak merupakan salah satu pelaku usaha yang berada di Jl. Ki Mangun Sarkoso, Dusun Krajan Beji Kec. Boyolangu, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Dengan kreatifitas dan inovasi yang dilakukan oleh Ikilo Seblak dapat memberikan respon positif dari kalangan masyarakat, serta mahasiswa dan menjadi daya tarik tersendiri dibanding dengan para pelaku usaha seblak lainnya. Hal tersebut dibuktikan pada saat konsumen memesan produk harus terlebih dahulu mengantri dan menunggu ditambah dengan banyaknya antrian layanan pesanan online. Fenomena menarik yang terjadi di Tulungagung adalah meningkatnya tren konsumsi makanan cepat saji, usaha ini menunjukkan bahwa konsumen semakin selektif dalam memilih produk kuliner, tidak hanya memperhatikan rasa dan harga, tetapi juga kualitas produk, pelayanan yang diberikan, dan lokasi usaha. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Tulungagung (2024) lebih dari 65% konsumen menyatakan bahwa harga yang terjangkau dan kualitas produk yang baik menjadi pertimbangan utama dalam memilih tempat makan, namun tidak

---

<sup>7</sup> Stefanie Priskilla Atteng et al., “Tren Kuliner Seblak Sebagai Faktor Pendukung Perekonomian Masyarakat Di Era Milenial,” *De Cive : Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan* 1, no. 3 (2021): 73–78, <https://doi.org/10.56393/decive.v1i3.289>.

sedikit konsumen juga menyoroti pentingnya pelayanan yang ramah dan lokasi yang mudah dijangkau sebagai faktor penentu kepuasan masyarakat.<sup>8</sup>

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu pada Islamic Shop Selopuro Blitar bahwa secara simultan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.<sup>9</sup> Selaras juga pada rumah makan seblak diprobolinggo menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kualitas produk dan harga sebagai faktor paling menonjol. Penelitian yang diakukan oleh Nabila Islamia dan Hadi Purnomo (2022) berjudul “pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian ulang duar Bangkalan” menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan, harga tidak berpengaruh signifikan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut terdapat perbedaan yaitu variabel harga dan variabel promosi yaitu terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan ini yang menjadi landasan penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut, khususnya pada warung seblak di Tulungagung.

Peneliti memilih ikilo seblak Tulungagung sebagai penelitian karena dinilai sesuai dengan tema yang diangkat, serta alasam pertama didasari oleh ketertarikan peneliti terhadap usaha bisnis kuliner seperti produk seblak itu

---

<sup>8</sup> “Dinas Koperasi Dan UMKM Tulungagung. Laporan Tahunan UMKM Kuliner,” 2024.

<sup>9</sup> Zenita Rohmah, Imam Sopangi, and Peni Haryanti, “Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Islamic Shop Selopuro Blitar),” *JIES: Journal of Islamic Economics Studies* 4, no. 3 (2023): 160–68, <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/jies/article/view/5770>.

sendiri. Sebagai makanan yang disukai oleh berbagai kalangan termasuk peneliti, yang memiliki cita rasa yang khas dan beragam variasi sehingga dapat dikaji lebih lanjut dari sisi kepuasan konsumen. Selanjutnya ikilo seblak Tulungagung merupakan usaha kuliner yang cukup dikenal masyarakat lokal, dan selain itu terbatasnya penelitian yang secara khusus mengkaji kepuasan konsumen dalam hal usaha kuliner berbasis Syariah di wilayah Tulungagung. Hal yang menarik dari penelitian ini adalah penggabungan antara teori pemasaran modern dengan prinsip-prinsip ekonomi islam seperti keadilan dalam menetapkan harga, kejujuran dalam melayani serta keberkahan dalam pemilihan lokasi.

Dalam kehidupan sehari-hari harga sendiri menjadi suatu pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dimana harga yang terjangkau namun kualitas produk baik akan membuat konsumen merasa puas dengan produk tersebut. Ada beberapa konsumen yang tidak memperdulikan harga produk, harga produk yang mahal bagi sebagian orang tidak masalah asalkan produk tersebut dapat memberikan manfaat atau kepuasan bagi pembelinya. Harga merupakan faktor yang sangat penting diperhatikan dalam pemasaran, bukan saja kualitas tetapi harga juga yang paling utama diperhatikan karena masyarakat kebanyakan lebih tertarik dengan harga yang murah, fenomenologi ini sangat kental dijumpai di masyarakat bahwa kebanyakan terlihat masyarakat lebih tertarik dengan harga yang murah dari

pada memperhatikan kualitasnya, harga yang murah dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>10</sup>

Ibnu Taimiyah mengatakan harga yang adil adalah harga yang setara, artinya harga itu harus senilai dengan barang yang diperjual belikan dan alat tukar yang diberikan harus seharga dengan barang yang dibeli, dillanjutkan dengan serah terima yang sah dan disertai ridha meridhai, maka terjadilah keadilan harga. Ibnu Taimiyah selalu merujuk pada Al-Quran sebagai sumber hukum utama dalam menetapkan harga, adapun ayat yang menjadi rujukan Ibnu Taimiyah dalam menetapkan harga adalah surat An-nisa ayat 29.

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

ترَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَفْتَلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Selain harga faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas produk yang merupakan kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan

---

<sup>10</sup> Nelli Rizayanti, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya*, skripsi 2021, Hal 37-38

konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh Ikilo Seblak Tulungagung, maka kedai seblak tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Sedangkan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam mempromosikan barang yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang baik dan berkualitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan. Maka dengan melakukan peningkatan pelayanan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan bagi konsumen yang datang membeli barang barang yang ditawarkan oleh pemilik dari usaha dagang tersebut. Kualitas pelayanan sangat erat sekali hubungannya yaitu dengan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhan suatu barang dan jasa dikarenakan kualitas pelayanan yang sangat baik yang diberikan kepada seorang konsumen maka cenderung dapat memberikan citra yang positif bagi konsumen untuk dapat membeli produk yang dipasarkan, sehingga

kualitas pelayanan sangat perlu dijaga dengan baik untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.<sup>11</sup>

Sehingga selain harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan, faktor yang selanjutnya adalah lokasi, lokasi yang nyaman, aman, tenram, 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 di tempat.<sup>12</sup> Mengacu pada uraian kondisi seblak saat ini menunjukkan tantangan signifikan di pasar makanan Indonesia, terutama dalam hal persaingan, kualitas produk, dan managemen operasional. Pertumbuhan usaha seblak yang pesat menarik banyak pengusaha kecil untuk terjun kebisnis ini, namun juga memunculkan persaingan ketat. Untuk menghadapi persaingan, pelaku usaha harus menjaga kualitas dan rasa yang konsisten serta mengikuti tren kuliner terbaru untuk tetap relevan. Seperti sebuah studi kasus di Sukabumi misalnya, menyoroti bahwa pelaku usaha seblak perlu menerapkan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka. Tantangan lain yang dihadapi adalah menjaga kualitas bahan baku serta kebersihan, karena faktor-faktor ini sangat berpengaruh terhadap reputasi bisnis. Selain itu mengelola promosi

---

<sup>11</sup> Aprilita Nurul Khasanah *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konter Pwingreload Di Situbondo*, 2022, Vol 01, No 1, Hal 92-93

<sup>12</sup> Nur Hidayah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Warung Makan Di Desa Plosokandang Kabupaten Tulungagung*, 2023, Hal 9

secara efisien terutama di platform digital, menjadi kunci untuk menjangkau lebih banyak konsumen.<sup>13</sup>

Salah satu indikator keberhasilan UMKM adalah kemampuan dalam menjaga kepuasan konsumen. Kepuasan tersebut umumnya dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi usaha. Namun kajian terhadap kepuasan konsumen dalam konteks ekonomi islam masih relatif terbatas, terutama dalam sektor UMKM kuliner seperti Ikilo Seblak di Tulungagung.<sup>14</sup> Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menjelaskan nilai-nilai ekonomi islam dalam menganalisis pengaruh faktor-faktor pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Dimensi ekonomi islam seperti kejujuran (shidq), tanggung jawab (amanah), serta kepatuhan terhadap prinsip halal dan toyyib menjadi perspektif penting yang belum banyak dieksplorasi dalam riset sejenis ditingkat lokal.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas. Peneliti termotivasi untuk lebih lanjut memahami lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Ikilo Seblak Tulungagung).

---

<sup>13</sup> Tantri Aprilia et al., “Analisis SWOT Pada UMKM Seblak BG (Bang Galih) Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Daya Saing” 1, no. July (2024): 83.

<sup>14</sup> Ghazali, M. *Konsep Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 2013, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Hal 120-135.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang mengenai fenomena kepuasan konsumen pada seblak prasmanan dan pemaparan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada ikilo seblak tulungagung, maka peneliti melakukan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Prasmanan ikilo seblak Tulungagung terbilang memiliki harga yang relatif murah dibandingkan seblak prasmanan yang lainnya.
2. Manfaat yang dirasakan dari konsumen ikilo seblak Tulungagung dari setiap individu berbeda karena mempunyai selera masing-masing.
3. Pada saat ini banyak persaingan yang ketat antar seblak prasmanan lainnya yang mempromosikan lebih murah .

Mengingat banyaknya persaingan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini, maka penulis membuat Batasan-batasan masalah yang mengenai apa yang telah dibuat dan diselesaikan dalam penelitian ini. Penelitian ini dibatasi pada faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, penelitian ini berfokus pada variabel (X) dan variabel (Y). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner pada kepuasan konsumen ikilo seblak Tulugagung, variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3, dan Lokasi (X4) sedangkan variabel terikat dari penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen ikilo seblak Tulungagung.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti dan penelitian ini adalah :

1. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam ?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam ?
5. Apakah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi memberikan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam ?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh ekonomi terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam.
4. Menganalisis pengaruh lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam.
5. Menganalisis harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi memberikan pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam.

## **E. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah informasi dan wawasan bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu ekonomi. Penelitian ini juga sebagai wujud dari penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah, khususnya pada program studi Ekonomi Syariah sebagai sumbangsih pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan ataupun sebagai bahan kajian.

### 2. Secara Praktis

#### a. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan, serta menjadi dokumen atau referensi

akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi aktivitas akademika.

b. Bagi Bisnis Kuliner

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi pebisnis sebagai bahan evaluasi dan alat ukur untuk terus menjaga kualitas eksistensinya.

Bagi kegunaan seblak untuk tubuh manusia dapat memberikan manfaat pencernaan dan memperkuat daya tahan tubuh, dengan asupan kaya gizi seperti sayuran dan telur.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pemahaman dan dapat dijadikan rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya, sehingga nantinya dapat melakukan pengkajian lebih mendalam selain yang ada dalam penelitian.

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

Ruang lingkup penelitian ini memiliki ruang pemakna yang bertujuan untuk memahami dan mengetahui variabel dalam penelitian, masalah yang terbatas dalam penelitian dan lokasi yang diteliti untuk menghindari penyimpangan dalam tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Adapun ruang lingkup dalam penelitian meliputi variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), Lokasi

(X<sub>4</sub>). Sedangkan variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung.

## **G. Penegasan Variabel**

### **1. Definisi Operasional**

Berkaitan dengan judul penelitian diperlukan penjelasan lebih lanjut tentang istilah-istilah yang ada dalam judul penelitian untuk menghindari salah penafsiran yang tidak diinginkan. Berikut penjelasan dari istilah-istilah yang ada dalam penelitian ini:

#### **1. Harga**

Harga merupakan nilai yang ditetapkan pada suatu barang atau jasa yang wajib dibayar oleh pembeli agar memperoleh manfaat dari barang atau jasa tersebut.<sup>15</sup>

#### **2. Kualitas Produk**

Kualitas produk mengacu pada sejauh mana suatu barang atau jasa memenuhi atau melampaui harapan konsumen, baik dari segi daya tahan, fungsi maupun penampilan. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih mudah diterima pasar dan dapat meningkatkan kepercayaan serta kepuasan pelanggan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Rini dan Yuniar, “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen*,” *Jurnal Ilmiah Managemen Dan Bisnis* Vol 19, No (2019), <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/index/index>.

<sup>16</sup> Ibid, hlm 25

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menggambarkan seberapa baik perusahaan dalam memberikan layanan kepada konsumen, mulai dari kecepatan, ketepatan, hingga sikap ramah dan profesionalisme karyawan. Pelayanan yang memuaskan akan membuat pelanggan merasa dihargai dan cenderung kembali menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>17</sup>

### 4. Lokasi

Lokasi adalah tempat dimana aktivitas bisnis dijalankan dan pemilihannya sangat penting untuk kelancaran operasional serta keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis akan memudahkan konsumen dalam mengakses produk atau layanan, memperlancar distribusi bahan baku serta memberikan peluang bagi perusahaan untuk berkembang.<sup>18</sup>

### 5. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat kebahagian atau kekecewaan yang dialami pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan dan membandingkannya dengan ekspetasi.<sup>19</sup>

### 6. Perspektif

Perspektif dapat dikatakan suatu cara pandang terhadap suatu masalah yang terjadi atau sudut pandang tertentu digunakan dalam melihat suatu fenomena.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Rini dan Yuniar, “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.*”

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm 26

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm 28

## 7. Ekonomi Islam

Ilmu yang mempelajari usaha manusia untuk mengalokasikan dan mengelola sumber daya untuk mencapai *falah* berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai Al-Qur'an dan Sunah<sup>21</sup>.

### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional dari judul penelitian yang telah diambil peneliti dalam memilih variabel penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seseorang dalam melakukan pembelian produk berdasarkan harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Lokasi yang dipertimbangkan dalam variabel dependent yaitu kepuasan konsumen produk pada konsumen Ikilo Seblak Tulungagung.

### H. Sistematika Penulisan Skripsi

Berdasarkan penulisan skripsi ini, penulis menggunakan pedoman skripsi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi. Sistematika penelitian ini memuat isi tentang keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian. Adapun sistematika pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

---

<sup>20</sup> Arif Ferdian Agung, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret Dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)*, 2018, Hal 2

<sup>21</sup> *Ibid*, Hal 3

## **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, landasan teori, metode penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir yang terkait dengan pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Ikilo Seblak Tulungagung.

## **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi kajian teori-teori dan penelitian sebelumnya. Diantara teori yang dibahas dalam bab ini yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi serta penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung.

## **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, tahapan-tahapan penelitian, dan analisis data keputusan pembelian konsumen.

## **BAB IV Hasil Penelitian**

Bab ini memiliki ketentuan berisi tentang profil atau gambaran lembaga yang menjadi objek penelitian, deskripsi data, analisis data yang meliputi analisis statistik, dan hasil pengujian hipotesis.

## **BAB V Pembahasan**

Bab ini berisi tentang jawaban dari rumusan masalah I, rumusan masalah II, rumusan masalah III, rumusan masalah IV, dan rumusan masalah V serta teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya.

## **BAB VI Penutup**

Bab ini dikemukakan yang menunjukan keberhasilan tujuan dari penelitian, serta menjelaskan apakah hipotesis dalam penelitian di terima atau ditolak. Di dalam bab ini juga berisikan saran-saran yang dibuat berdasarkan hasil penelitian yang telah dihasilkan.

### **Bagian Akhir**

Bagian akhir merupakan bagian akhir dalam skripsi memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.