

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri kopi di Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang sangat menjanjikan, tidak hanya dari sisi produksi tetapi juga dari segi konsumsi dan usaha hilir seperti kedai kopi atau *coffee shop*. Indonesia saat ini menempati posisi keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia, setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Menurut data dari Kementerian Pertanian, produksi kopi nasional pada tahun 2024 mencapai sekitar 789.000 ton per tahun, yang terdiri dari sekitar 150.000 ton kopi arabika dan 600.000 ton kopi robusta. Jumlah ini tidak hanya menegaskan potensi agrikultur Indonesia dalam sektor kopi, tetapi juga memperlihatkan daya saing ekspor yang terus meningkat, yakni dari 420.000 ton tahun 2024 menjadi 427.000 ton pada tahun 2025.²

Seiring dengan meningkatnya produksi, konsumsi kopi di dalam negeri pun terus mengalami kenaikan. Berdasarkan laporan *International Coffee Organization* (ICO) tahun 2024, konsumsi kopi domestik di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 44% dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir. Peningkatan ini dipengaruhi oleh pergeseran budaya konsumsi masyarakat, terutama generasi muda yang menjadikan aktivitas minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup sosial dan simbol tren kekinian. Konsumsi kopi tidak lagi terbatas pada kalangan usia tua, tetapi telah meluas ke semua segmen

² Kementerian Pertanian Republik Indonesia, *Tren 2025: Peluang dan Daya Saing Kopi Indonesia*, 8 Januari 2025, diakses dari <https://tanamanindustri.bsip.pertanian.go.id/berita/tren-2025-peluang-dan-daya-saing-kopi-indonesia>.

usia, termasuk pelajar, mahasiswa, hingga pekerja urban. Hal ini memunculkan berbagai peluang usaha baru, salah satunya adalah menjamurnya *coffee shop* modern yang menawarkan lebih dari sekadar minuman, namun juga pengalaman dan suasana yang mendukung gaya hidup konsumen masa kini.³

Hal ini bisa dilihat dari perkembangan warung kopi yang menjamur di berbagai kota besar Indonesia. Jenis usaha ini sangat strategis untuk dikembangkan, karena untuk modal usaha warung kopi tidak terlalu besar dan relatif mudah untuk dijalankannya. Selain itu, komoditas kopi di Indonesia menjadi komoditas pendukung perekonomian Indonesia. Faktor utamanya adalah Indonesia salah satu negara yang merupakan penghasil dan pengeksport biji kopi terbesar di dunia. Fakta ini merupakan salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan warung kopi.⁴

Fenomena ini tidak hanya terlihat di kota-kota besar, tetapi juga mulai merambah ke daerah-daerah yang sebelumnya tidak terlalu terjangkau oleh industri kopi modern. Tulungagung misalnya, mengalami pertumbuhan yang pesat dalam jumlah warung kopi yang bermunculan, baik dalam skala kecil maupun menengah.

Warung kopi tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati secangkir kalangan. Keberadaan warung kopi seperti Warung Kopi Cethoel menjadi contoh konkret cara pelaku usaha lokal mampu menjawab kebutuhan

³ Qeis Rikza Aulia, dan Idris. "Analisis Pengembangan Usaha Kedai Kopi Studi Pada Nyctophily Coffee." *Diponegoro Journal of Management* 13.6 (2024), hal 1

⁴ Marthin Pangihutan Ompusunggu, dan Achmad Helmy Djawahir. "Gaya hidup dan fenomena perilaku konsumen pada Warung Kopi di Malang." *Jurnal Aplikasi Manajemen* Vol 12. No 2 (2014), hal 188-196.

konsumen dengan menyuguhkan tempat yang nyaman, terjangkau, dan menyajikan produk berkualitas. Di tengah persaingan yang semakin ketat, aspek kualitas produk, penetapan harga, dan pemilihan lokasi menjadi faktor penentu dalam mempertahankan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang, setelah membandingkan kinerja atau hasil yang pelanggan rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁵ Kepuasan pelanggan sangat memberikan pengaruh yang besar bagi para pelaku bisnis, karena pelanggan yang puas cenderung akan melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, serta menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini tentunya berdampak langsung terhadap kelangsungan dan pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.

Konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih tempat untuk menikmati kopi, tidak hanya mempertimbangkan rasa dan aroma, tetapi juga memperhatikan harga yang sesuai dengan kualitas, serta kemudahan akses menuju lokasi. Warung Kopi Cethoel sebagai salah satu usaha kopi yang tumbuh di Tulungagung, menghadapi tuntutan untuk terus meningkatkan mutu dan produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen menjadi indikator utama yang mencerminkan keberhasilan sebuah warung kopi dalam membangun citra positif di tengah persaingan pasar. Dengan maraknya pilihan tempat serupa, konsumen akan lebih cenderung kembali ke tempat yang mampu memberikan

⁵ Ilmi, Nadhila, dan Khuzaini Khuzaini. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan M22 Mini Cafe Surabaya)." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10.6 (2021), hal 2

pengalaman terbaik, baik dari segi rasa, harga yang masuk akal, maupun lokasi yang strategis dan nyaman. Oleh karena itu, memahami sejauh mana faktor kualitas produk, harga, dan lokasi memengaruhi kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting bagi pemilik usaha, guna merancang strategi bisnis yang tepat dan berkelanjutan.

Tingkat kualitas produk merupakan salah satu elemen kunci dalam menentukan kesuksesan sebuah bisnis. Konsumen masa kini semakin kritis dan mengharapkan produk yang unggul, baik dari aspek cita rasa, penampilan, maupun bahan baku yang digunakan. Kepuasan konsumen yang optimal tidak hanya mendorong peningkatan penjualan, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya pelanggan yang loyal serta membangun reputasi positif bagi bisnis tersebut, seperti penelitian yang dilakukan oleh Ida Rosada berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada kedai kopi “Dari Hati” di Kota Makassar)”.⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh antara kualitas produk minuman kopi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Seperti yang dikatakan Kotler dan Armstrong, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, termasuk kehandalan, daya tahan, akurasi, kenyamanan operasi, dan peningkatan produk dan atribut bernilai lainnya.⁷

⁶ Ida Rosada, et al. "Pengaruh Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi kasus pada kedai kopi “Dari Hati” di Kota Makassar." *Journal Galung Tropika* 12.3 (2023), hal 384-391.

⁷ Andrean, Anggi, and Meifida Ilyas. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Penjualan Pada CV. Ferdian Decoration Bekasi." *Jurnal Satya Mandiri Manajemen dan Bisnis* 6.2 (2020), hal 37-54.

Selain kualitas produk harga juga merupakan variabel yang penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen. Harga yang terjangkau dapat menjadi daya tarik utama, terutama bagi konsumen dari berbagai kalangan ekonomi. Sebagai contoh, Warung Kopi Cethoel menerapkan strategi harga yang bersahabat sehingga mampu menjangkau segmen pasar dari kalangan bawah, menengah, hingga menengah ke atas. Strategi ini tidak hanya meningkatkan minat konsumen untuk berkunjung, tetapi juga mendorong terjadinya pembelian ulang yang berdampak positif terhadap kinerja pemasaran dan keberlangsungan usaha, seperti penelitian yang dilakukan oleh Fajri Hidayat dan Hijriyantomi Suyuthie berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Gerobak Kopi Payakumbuh”.⁸ Hasilnya harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan pada rasa kepuasan dari pelanggan Gerobak Kopi Payakumbuh. Harga sendiri menurut Kotler dan Armstrong yaitu sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.⁹

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen selain kualitas produk dan harga juga dipengaruhi oleh faktor lokasi. Menurut Kotler dalam mengatakan Lokasi usaha dapat diartikan sebagai segala hal yang

⁸ Fajri Hidayat and Hijriyantomi Suyuthie. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di *Coffee Shop* Gerobak Kopi Payakumbuh." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 3.1 (2024), hal 14-24.

⁹ Andre Rivaldy dan Rulirianto Rulirianto. "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7.2 (2021), hal 37-40.

menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perbisnisan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan.¹⁰ Lokasi memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen, khususnya pada Warung Kopi Cethoel di Tulungagung. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau membuat konsumen merasa lebih nyaman dan dihargai. Terlebih jika warung kopi berada di area ramai atau dekat dengan fasilitas umum, hal ini dapat meningkatkan daya tarik dan kenyamanan konsumen dalam berkunjung. Pemilihan lokasi yang tepat turut menentukan keberhasilan usaha dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Selain kualitas produk, harga dan lokasi, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak terlihat secara langsung oleh mata yang timbul sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang hal lain yang diberikan oleh perusahaan sebagai pemberi pelayanan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.¹¹

Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller adalah keseluruhan dari perangkat fungsi dan kesitimewaan dari produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung yang mana hal ini mampu memenuhi hasrat dari konsumen.¹² Pelayanan bukan sekadar aktivitas memberikan sesuatu, melainkan melibatkan

¹⁰ Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2014, *Principles Of Marketing*, Erlangga, Jakarta

¹¹ Krisna Mulawarman dan Yeni Rosilawati, "Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan." *Jurnal Makna*, 5.1 (2014.), hal. 34.

¹² Dwi Wanda Apriliana Putri Dan Adcharina Pratiwi, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Sarang Kopi Susu Karanggede Boyolali)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3.1 (2024), hal 132-144.

serangkaian tindakan tidak berwujud yang dapat memberikan pengalaman berkesan bagi konsumen. Pelayanan yang berkualitas seperti sikap ramah dan kesigapan dalam membantu menyelesaikan permasalahan konsumen sangat menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan yang profesional dan konsisten menjadi salah satu kunci penting dalam menciptakan kepuasan konsumen secara menyeluruh di sektor usaha jasa, termasuk pada usaha warung kopi. Berikut adalah perbandingan tahun berdiri dan lokasi beberapa warung kopi yang populer di Kecamatan Ngunut dan sekitarnya.

Tabel 1.1
Datar Nama, Tahun Berdiri, dan Lokasi Warung Kopi populer di Kecamatan Ngunut dan sekitarnya.

Nama Warung Kopi	Tahun Berdiri	Lokasi
Warkop Bogel	2016	Lingkungan 4, Ngunut, RT.02/RW.02, Sumberejo Wetan, Kec. Ngunut
Kedai Magnum	2017	Jl. Inspeksi, Lingkungan 8, Ngunut, Kec. Ngunut
Warkop Cethoel	1994	Jl. Demuk, RT.02/RW.01, Lingkungan 8, Ngunut, Kec. Ngunut
Kedai Kopi Dipo	2020	Jl. Reco Barong No.86, Kalangan, Kec. Ngunut
Warkop Teposliro	2015	Jl. Gentengan Barat Lingkungan No.8, RT.2/RW.3, Lingkungan 8, Ngunut, Kec. Ngunut

Sumber: *Data Pra Penelitian, diolah Peneliti 2025.*

Dari beberapa warung kopi yang ada di dalam tabel Warkop Cethoel merupakan salah satu dari sekian banyak usaha warung kopi yang berkembang di Kota Tulungagung, tepatnya berlokasi di Jl. Demuk, RT.02/RW.01,

Lingkungan 8, Ngunut, Kec. Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Warung Kopi Cethoel telah berdiri sejak tahun 1994 dan dikenal sebagai salah satu warung kopi legendaris yang ikonik di wilayah timur Tulungagung, tepatnya di Kecamatan Ngunut. Usaha ini dirintis dengan sederhana, dimulai dari berjualan menggunakan gerobak keliling di sekitar gang-gang kecil. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya minat konsumen, Warung Kopi Cethoel berkembang hingga akhirnya memiliki lokasi usaha tetap. Saat ini, warung kopi tersebut telah memiliki lima gerai yang tersebar di wilayah Ngunut. Setiap gerainya didesain dengan kenyamanan konsumen sebagai prioritas, menyediakan area parkir yang luas serta pilihan tempat duduk yang beragam seperti lesehan, indoor, dan outdoor. Keberadaan lokasi yang strategis serta harga yang relatif terjangkau dengan kualitas produk yang bagus dan pelayanan yang baik turut menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen yang berkunjung.

Hal ini memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam menikmati suasana ngopi yang santai dan tidak membosankan. Dengan harga yang relatif terjangkau dan menu yang variatif, Warung Kopi Cethoel menjadi salah satu tempat favorit bagi kalangan muda maupun dewasa. Selain menyajikan berbagai jenis minuman kopi, warung ini juga menawarkan aneka makanan ringan dan berat, seperti nasi bungkus, camilan khas, hingga makanan pendamping lainnya yang mendukung pengalaman konsumen. Kombinasi antara kualitas produk, harga yang bersahabat, dan lokasi yang strategis menjadikan Warung Kopi Cethoel sebagai tempat yang layak dijadikan objek

kajian dalam mengukur pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen.

Meskipun Warung Kopi Cethoel dikenal luas sebagai salah satu warung kopi legendaris di Kecamatan Ngunut, Tulungagung, namun dalam praktiknya masih terdapat beberapa permasalahan yang berpotensi mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Salah satu permasalahan yang muncul adalah ketidakkonsistenan dari kualitas produk, khususnya pada cita rasa dan penyajian kopi, yang terkadang berbeda antara satu gerai dengan gerai lainnya. Selain itu, permasalahan terkait harga juga menjadi sorotan, di mana beberapa pelanggan menganggap bahwa harga dari beberapa menu kurang sebanding dengan porsi atau bahan yang digunakan. Dari aspek lokasi, meskipun Warung Kopi Cethoel berada di titik yang cukup strategis, akan tetapi tempat lokasi tidak berada di pusat kota dan samping jalan besar atau utama. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi penting untuk diteliti guna mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung.

Alasan pemilihan Warung Kopi Cethoel Tulungagung sebagai lokasi penelitian dilatarbelakangi oleh posisi usaha ini yang cukup menonjol di wilayah Kecamatan Ngunut dan sekitarnya. Dikenal sebagai salah satu warung kopi yang legendaris dan telah beroperasi sejak tahun 1994, Warung Kopi Cethoel memiliki lima gerai yang tersebar di beberapa titik strategis. Hal ini menjadikannya sebagai salah satu tempat favorit masyarakat lokal untuk berkumpul, bersantai, dan menikmati kopi. Dengan banyaknya pelanggan dari

berbagai latar belakang, Warung Kopi Cethoel memberikan ruang yang tepat untuk menggali data dan melihat secara langsung bagaimana kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan dapat memengaruhi kepuasan konsumen.

Warung Kopi Cethoel Tulungagung merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal di wilayahnya dan memiliki basis pelanggan yang luas. Namun demikian, di lapangan masih ditemukan berbagai keluhan dari konsumen, seperti ketidakkonsistenan rasa kopi, harga yang dinilai tidak sesuai dengan ekspektasi, serta fasilitas lokasi yang belum sepenuhnya memberikan kenyamanan. Permasalahan ini mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen, yang jika dibiarkan dapat berdampak pada menurunnya kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta mengurangi daya saing usaha di tengah ketatnya persaingan bisnis coffee shop di Tulungagung. Oleh karena itu, peneliti memandang perlu dilakukan analisis mengenai pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dengan agar dapat memberikan kontribusi dan rekomendasi yang berguna bagi pengembangan dan keberlangsungan usaha ke depannya. Berdasarkan alasan tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warung Kopi Cethoel Tulungagung”**.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Masih adanya keluhan dari konsumen mengenai kualitas produk yang kurang konsisten, baik dari segi rasa maupun penyajian.
- b. Penetapan harga menu yang dinilai sebagian konsumen belum sebanding dengan kualitas produk yang ditawarkan.
- c. Lokasi Warung Kopi Cethoel yang meskipun strategis, namun terkadang kurang optimal dari segi aksesibilitas dan kenyamanan lingkungan sekitar.
- d. Pelayanan karyawan yang belum merata dari segi keramah tamahan, kecepatan pelayanan, dan ketepatan pesanan.
- e. Belum maksimalnya upaya Warung Kopi Cethoel dalam menciptakan kepuasan konsumen secara menyeluruh dari keempat aspek tersebut.

2. Batasan Penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah, agar tidak menyimpang dari topik, dan agar pembahasannya tepat sasaran, maka dalam penelitian ini perlu dilakukan pembatasan masalah agar dapat diketahui hasil penelitiannya. Peneliti hanya memfokuskan pada pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian

konsumen. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Warung Kopi Cethoel Tulungagung.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka permasalahan yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung?
5. Apakah kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Cethoel Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Cethoel Tulungagung.

3. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Cethoel Tulungagung.
4. Untuk menguji pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Warung Kopi Cethoel Tulungagung.
5. Untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

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

1. Secara Teoritis

Dapat menambah wawasan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap kepuasan konsumen di Warung Kopi Cethoel Tulungagung.

2. Secara Praktis

- a. Bagi pihak pengelola warung kopi

Diharapkan penelitian yang fokus pada pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat dan informasi yang spesifik kepada pemilik usaha dalam melakukan penetapan harga dan juga peningkatan kualitas produknya serta pemilihan lokasi yang tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

b. Bagi Akademis

Dari Hasil penelitian ini diharapkan sebagai sumbangan pemikiran dan menambah referensi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dan Jurusan Manajemen Bisnis Syariah pada khususnya mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan wawasan, ilmu pengetahuan, dan informasi untuk referensi peneliti selanjutnya. yang akan melakukan penelitian dengan hal yang serupa sehingga bisa memunculkan ide – ide baru yang bermanfaat serta dapat menambah pengetahuan dan memahami tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu keterkaitan antara variabel X terhadap Y, dimana terdiri dari empat variabel bebas (Independen) yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Lokasi (X3) dan Pelayanan (X4) serta variabel terikat (Dependen) kepuasan konsumen (Y)

G. Penegasan Variabel

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual yang dimaksud dengan “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen” adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan suatu ketertarikan bagi konsumen dalam membangun hubungan baik dengan perusahaan yang menyediakan produk. Dengan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen memberikan peluang untuk dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan perusahaan penyedia produk memberikan kualitas produk dengan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen. Sehubungan dengan munculnya banyak pesaing yang sejenis khususnya di bidang pemasaran perusahaan perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas produk yang terbaik sebagai salah satu strategi untuk menarik minat konsumen.¹³

b. Harga

Harga adalah suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan

¹³ Muhammad Aldo Yudita.” Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Bachtiar Store Surabaya.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 10 No. 10, 2021, hal. 2

keinginan pelanggan. Pengertian harga menurut Swastha “Harga adalah jumlah uang ditambah beberapa produk kalau mungkin yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya”.¹⁴

c. Lokasi

Menurut Atmanegara, lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.¹⁵

d. Pelayanan

Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan

¹⁴ Christy Jacklin Gerung, Janjte Sepang dan Sjendry Loindong. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado.” *Jurnal EMBA*, Vol 5 No 2, hal. 69

¹⁵ Muhammad Syahrir Hidayat.” Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* di Kota Gresik.” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol 6 No 4, hal. 3

merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan.¹⁶

H. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan variabel dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi landasan teori, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian, serta yang terakhir adalah teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisi penjelasan tentang hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan peneliti terhadap variabel penelitian.

¹⁶ Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta : PT Bumi Aksara, 2005, hal. 167

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisi atas kesimpulan terhadap pembahasan dan saran sebagai bahan pertimbangan dan menjadikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan, akademik, dan peneliti selanjutnya.