

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi yang semakin pesat, memicu perkembangan dalam dunia bisnis. Perubahan pola pikir dan gaya hidup masyarakat berakibat pada kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan beragam. Melihat situasi tersebut para pelaku bisnis berlomba-lomba dalam memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Hal ini mendorong banyak bermunculannya usaha yang sejenis termasuk bisnis ritel.

Ritel adalah sekelompok kegiatan menjual atau menambahkan nilai barang atau jasa pada konsumen akhir untuk digunakan secara pribadi, keluarga, atau rumah tangga.¹ Ritel dalam sektor industri produk barang memegang peran yang penting. Dengan adanya bisnis ritel membantu produsen besar seperti pabrik dalam menyalurkan produknya kepada konsumen. Persaingan dalam bidang ritel atau pertokoan menjadi sangat ketat karena banyak bermunculannya bisnis ritel atau pertokoan yang sejenis. Ketatnya persaingan menjadi tantangan bagi para pelaku usaha ritel atau pertokoan untuk memenangkan persaingan. Bisnis ritel merupakan bisnis yang berinteraksi langsung dengan konsumen, maka orientasi terhadap konsumen dapat menjadi salah satu strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan.

¹ Chistina Whidya Utami, *Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2012), 2

Salah satu kunci mempertahankan konsumen adalah dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan yang telah dibuat. Konsumen yang merasa puas menjadi peluang yang baik bagi perusahaan dalam mendapatkan konsumen baru maupun mempertahankan konsumen yang sudah ada. Kepuasan konsumen akan mewujudkan manfaat seperti hubungan antara konsumen dan perusahaan semakin meningkat sehingga konsumen memiliki keinginan untuk menggunakan produk dari perusahaan tersebut kembali dan akan merekomendasikan kepada orang lain.² Membangun kepuasan konsumen akan memberi keuntungan jangka panjang bagi perusahaan.

Harga merupakan hal yang memegang peran penting di sisi konsumen. Harga adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Harga dapat berupa uang yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa. Pada sebuah persaingan bisnis ritel yang menjual produk yang sejenis dan setara penentuan harga barang dan jasa yang ditawarkan harus memperhatikan beberapa faktor salah satunya adalah harga yang ditawarkan oleh pesaing. Karena dengan mengetahui harga dari pesaing dapat digunakan perusahaan untuk menetapkan harga yang dapat bersaing dengan pesaingnya. Pada dasarnya, perusahaan akan menggunakan harganya untuk menempatkan penawaran untuk berhadapan-hadapan dengan pesaing.³

² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Prinsip Penerapan dan penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 101

³ Tahrir Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Geravindo Persada, 2012), 178-179

Selain harga, kualitas pelayanan menjadi faktor penting lainnya dalam kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan akan memberikan persepsi sendiri atas baik buruknya suatu usaha di pandangan konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan bagi perusahaan. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan dampak baik bagi kepuasan konsumen. Meskipun tidak berwujud kualitas pelayanan memberikan pengalaman bagi konsumen. Sehingga dari pengalaman interaksi antara konsumen dengan perusahaan akan berdampak pada perasaan senang atau kecewa konsumen atas pengalaman tersebut. Kualitas pelayanan dikatakan memuaskan jika layanan sama atau melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.⁴

Persaingan terjadi pula pada toko pertanian. Hal ini disebabkan oleh seiring dengan pertumbuhan pertanian di Indonesia yang baik serta sebagian besar penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian. Sehingga kebutuhan pertanian di Indonesia cukup tinggi dan memicu kemunculan toko-toko pertanian. Toko pertanian merupakan usaha yang kegiatannya menjual berbagai kebutuhan dan peralatan pertanian/becocok tanam meliputi, pupuk, benih, obat-obatan, semprotan, dan lain-lain. Toko pertanian mengalami persaingan karena sebagai tujuan utama petani untuk memperoleh kebutuhan pertanian.

Kemunculan toko pertanian yang semakin berkembang juga terjadi di Kabupaten Nganjuk karena sebagian besar luas wilayahnya merupakan lahan persawahan/pertanian dan sebagian penduduknya bekerja dibidang pertanian.

⁴ Lailatus Sa'adah Dan Abdulah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan, Harga, Dan Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Jombang: Universitas KH A Wahab Hasbullah, 2019), 5

Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk merupakan kecamatan yang memiliki keseluruhan luas wilayah kecamatan 7.084,20 Ha dan sebanyak 3.999 Ha merupakan lahan persawahan.⁵ Hal ini menunjukkan kurang lebih 60 % wilayah kecamatan Tanjunganom merupakan lahan persawahan. Dari data tersebut diketahui dengan sebagian besar luas wilayah Tanjunganom merupakan persawahan, maka kebutuhan pertanian di wilayah tersebut cukup tinggi. Adapun toko/kios pertanian di wilayah Kecamatan Tanjunganom.

Tabel 1.1

Tabel Kios/Toko Pertanian Di Kecamatan Tanjunganom (2022)

Kecamatan Tanjunganom	Nama Toko/Kios	Alamat
Timur	Sinar Tani	Jogomerto
	Sahabat Tani	Kampungbaru
	UD Saji	Gambirejo
	Subur Jaya	Gambirejo
	Subur Tani	Warujayeng
	UD ROI Mandiri	Warujayeng
	UD Sri Kencana	Sidoharjo
	UD Sumber Tani	Sidoharjo
	UD Kalyana Agri Makmur	Sidoharjo
Utara	Tani Astari	Demagan
	UD Sempulur	Kedungrejo
	Toko Rejeki	Sambirejo
	Nurul Karunia	Banjaranyar
	Sumber Agro	Banjaranyar
Barat	Maju Jaya	Sonobekel
	UD Sari Tani	Malangsari
	UD Sari	Malangsari
	Maju Mapan	Getas
	UD Kawan Tani	Ngadirejo
	Kios Pupuk Barokah	Ngadirejo
	Khaira Agro	Wates
Selatan	Toko Pupuk	Sumberkepuh
	UD Nurhadi	Sumberkepuh
	Wiji Tani	Wonosari

⁵ Nganjukkab.bps.go.id, diakses pada 29 Maret 2022

	Toko Ratna	Kedungombo
	UD Gaga Jaya Abadi	Kedungombo

Sumber: Observasi Peneliti.

Berdasarkan tabel 1.1 diketahui bahwa dari 26 kios/toko pertanian di Kecamatan Tanjunganom terdapat 9 kios pertanian yang berada di wilayah Kecamatan Tanjunganom bagian timur kios/ toko pertanian tersebut diantaranya:

Tabel 1.2
Data Toko/Kios Pertanian Dibagian Timur

Nama Kios/Toko	Tahun Berdiri
Sinar Tani	2016
Sahabat Tani	2019
UD ROI Mandiri	2012
Subur Tani	2017
UD Saji	2015
Subur Jaya	2015
UD Kencana	2010
UD Sumber Tani	2017
UD Kalyana Agri Makmur	2013

Sumber: Observasi Peneliti.

Berdasarkan tabel 1.2 diketahui bahwa dari 9 toko yang berada di wilayah Kecamatan Tanjunganom bagian timur peneliti melakukan perbandingan ke tiga toko pertanian yaitu toko pertanian UD Sri Kencana, toko pertanian UD ROI Mandiri, dan toko pertanian UD Kalyana Agri Makmur karena ketiga toko tersebut termasuk yang sudah lama berdiri.

Menurut Kotler dalam mencapai tujuan pemasaran, alat pemasaran yang digunakan berupa bauran pemasaran yaitu *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), *Promotion* (promosi).⁶ *Product* (produk) ialah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pembeli untuk mendapat perhatian dan dibeli untuk memenuhi

⁶ Philip Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2010), 120

keinginan atau kebutuhan. *Price* (Harga) ialah sejumlah nilai yang dapat berupa uang yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa. *Place* (tempat) ialah yaitu sarana bagi penjual atau produsen untuk menjual produk/jasanya kepada konsumen. *Promotion* (promosi) ialah suatu cara berkomunikasi untuk memberikan informasi, mengingatkan, dan meyakinkan para konsumen pada produk/jasa yang sudah ditawarkan perusahaan agar membeli atau menggunakan produk/jasa tersebut. Berikut data perbandingan tiga toko berdasarkan bauran pemasaran:

Tabel 1.2
Tabel Perbandingan

Pembanding	Toko Pertanian UD Sri Kencana	Toko Pertanian UD ROI Mandiri	Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur
Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Benih tanaman - Obat-obatan tanaman - Pupuk - Perlengkapan pertanian - Alat Pertanian 	<ul style="list-style-type: none"> - Benih tanaman - Obat-obatan tanaman - Pupuk - Perlengkapan pertanian - Alat Pertanian 	<ul style="list-style-type: none"> - Benih tanaman - Obat-obatan tanaman - Pupuk - Perlengkapan pertanian - Alat Pertanian
Harga	1. Benih Tanaman Rp. 17.000 (Jenis: benih Brokoli, Merek: Valencia, Kemasan: 150 biji) s/d Rp. 200.000 (Jenis: Benih Tomat, Merek: servo,	1. Benih Tanaman Rp. 18.000 (Jenis: benih Brokoli, Merek: Valencia, Kemasan: 150 biji) s/d Rp.200.000 (Jenis: Benih Tomat, Merek: servo,	1. Benih Tanaman Rp. 17.000 (Jenis: benih Brokoli, Merek: Valencia, Kemasan: 150 biji) s/d Rp.198.000 (Jenis: Benih Tomat,

	<p>Kemasan: 1750 biji).</p> <p>2. Obat-obatan Rp. 8.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Logran, Kemasan: 1,5 gram) s/d Rp.400.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Novlect, Kemasan: 500 ml)</p> <p>3. Pupuk Rp. 7.500 (Jenis: Za, Merek: Tawon, Kemasan: 1 kg) s/d Rp.875.000, (Jenis: NPK, Merek: NPK Mutiara 16, Kemasan: 50 kg.</p> <p>4. Perlengkapan pertanian Rp. 15.000 (Jenis: Media Tanam) s/d Rp. 37.000 (Jenis: Grenjeng PE, Kemasan: 1kg)</p> <p>5. Alat Pertanian Rp. 16. 000 (Jenis: Saringan</p>	<p>Kemasan: 1750 biji).</p> <p>2. Obat-obatan Rp 8.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Logran, Kemasan: 1,5 gram) s/d Rp.400.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Novlect, Kemasan: 500 ml).</p> <p>3. Pupuk Rp.8.000 (Jenis: Za, Merek: Tawon, Kemasan: 1 kg) s/d Rp.875.000 (Jenis: NPK, Merek: NPK Mutiara 16, Kemasan: 50 kg)</p> <p>4. Perlengkapan pertanian Rp. 15.000 (Jenis: Media Tanam) s/d Rp. 37.000 (Jenis: Grenjeng PE, Kemasan: 1kg)</p> <p>5. Alat pertanian Rp 16.000 (Jenis: Saringan</p>	<p>Merek: servo, Kemasan: 1750 biji).</p> <p>2. Obat-obatan Rp 7.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Logran, Kemasan: 1,5 gram) s/d Rp.395.000 (Jenis: Herbisida, Merek: Novlect, Kemasan: 500 ml).</p> <p>3. Pupuk Rp.7.000 (Jenis: Za, Merek: Tawon, Kemasan: 1 kg) s/d Rp.870.000 (Jenis: NPK, Merek: NPK Mutiara 16, Kemasan: 50 kg)</p> <p>4. Perlengkapan pertanian Rp. 12.000 (Jenis: Media Tanam) s/d Rp. 37.000 (Jenis: Grenjeng PE, Kemasan: 1kg)</p> <p>5. Alat Pertanian Rp.15.000 (Jenis: Saringan Tangki) s/d</p>
--	---	---	---

	Tangki) s/d Rp.615. 000 (Jenis: Sprayer Elektrik, Merek: Nagasaki, Ukuran: 16 liter)	Tangki) s/d Rp. 900.000 (Jenis: Sprayer Elektrik, Merek: Chota, Ukuran: 16 liter)	Rp. 600.000 (Jenis: Sprayer Elektrik, Merek: Nagasaki, Ukuran: 16 liter)
Promosi	- Brosur - Banner - Metode pembayaran: tunai	- <i>Website</i> - Media sosial - Brosur - Banner - Metode pembayaran: tunai	- <i>Website</i> - Media sosial - Brosur - Banner - Metode pembayaran: tunai & kredit
Lokasi	Sidoharjo, Tanjunganom, Nganjuk. (Dipinggir jalan desa) Bukti fisik: - Cctv - Tempat parkir - Tempat duduk untuk konsumen menunggu	Warujayeng, Tanjunganom, Nganjuk. (Dipinggir jalan raya) Bukti fisik: - Cctv - Tempat parkir - Tempat duduk untuk konsumen menunggu - Wifi	Jarakan,Sidoharjo, Tanjunganom, Nganjuk. (Dipinggir jalan raya) Bukti fisik: - Cctv - Tempat parkir - Tempat duduk untuk konsumen menunggu - Wifi

Sumber: Observasi Peneliti.

Dari tabel 1.3 diatas, diketahui bahwa diantara yaitu toko pertanian UD Kencana, toko pertanian UD ROI Mandiri, dan toko pertanian UD Kalyana Agri Makmur. Kios Toko pertanian UD Kalyana Agri Makmur mempunyai harga yang lebih murah dibandingkan dengan Toko Pertanian UD Sri Kencana dan Toko Pertanian UD ROI Mandiri. Keunggulan lainnya Toko pertanian UD Kalyana Agri Makmur adalah terdapat pilihan cara pembayaran secara kredit. Berdasarkan

data dari tabel di atas peneliti tertarik untuk menjadikan toko pertanian UD Kalyana Agri Makmur sebagai lokasi penelitian.

Usaha ritel seperti Toko Pertanian UD Kalya Agri Makmur memiliki strategi penetapan harga yang baik yaitu harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat menjadi hal yang penting dikarenakan harga merupakan unsur penting yang mempengaruhi penilaian konsumen terhadap penilaian suatu produk dan tidak jarang karena faktor harga konsumen dapat mengurungkan niatnya untuk melakukan pembelian. Selain harga, sebagai toko ritel yang memiliki pesaing dengan kesamaan produk-produk yang dijualnya, pelayanan penting untuk diperhatikan guna membedakan dengan pesaingnya seperti pelayanan yang ramah dan pelayanan pendukung. Adapun pelayanan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur adalah melayani pembayaran secara tunai dan kredit, melayani pembelian secara online dengan minimal pembelian Rp. 200.000,- serta akan diberikan gratis ongkos kirim untuk konsumen yang berada di wilayah area Warujayeng.

Adanya pesaing disekitar tidak menyurutkan niat Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur untuk bisa bersaing dan berkembang. Hingga saat ini Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur telah memiliki tiga toko cabang di Kabupaten Nganjuk. Dan dilihat dari data penjualan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur pada tahun 2018 - 2021:

Tabel 1.3**Data Penjualan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur(2018 –2021)**

Tahun	Total Penjualan (Satuan Barang)
2018	28.107
2019	28.890
2020	29.458
2021	30.384

Sumber: Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.

Dari tabel data penjualan di atas menunjukkan bahwa penjualan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur dari tahun 2018 sampai 2021 mengalami peningkatan. Supaya penjualan tetap stabil dan meningkat maka Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur dituntut untuk mewujudkan kepuasan konsumennya, mengingat kepuasan konsumen berkaitan langsung dengan kesetiaan konsumen, pangsa pasar dan keuntungan.⁷

Kemudian peneliti melakukan observasi kepada 30 konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang produk perusahaan tersebut. Frekuensi pembelian konsumen merupakan salah satu indikator kepuasan konsumen. Berikut datanya:

Tabel 1.4**Frekuensi Berbelanja di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur**

Frekuensi	Jumlah
1 kali	2
Lebih dari 1 kali	28
Total	30

⁷ Meithiana Indarsari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 84

Sumber: Data Hasil Observasi Peneliti.

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden sebanyak 28 responden melakukan pembelian lebih dari 1 kali. Sedangkan terdapat 2 responden yang membeli 1 kali. Kedua responden tersebut merupakan konsumen yang baru pertama kali membeli.⁸

Menurut Lupiyoadi terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, emosional, biaya dan kemudahan.⁹ Kualitas produk ialah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah diterapkan. Kualitas Pelayanan ialah penilaian dari pelanggan atau konsumen terkait pelayanan yang mereka terima dengan tingkat pelayanan yang diinginkan atau diharapkan. Harga ialah sejumlah nilai yang dapat berupa uang yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan produk dan jasa. Emosional ialah adalah rasa bangga, rasa percaya diri setelah menggunakan produk atau jasa. Biaya dan kemudahan ialah pengeluaran lain konsumen diluar harga yang telah ditetapkan penjual dan kemudahan mendapatkan produk atau jasa. Untuk mengetahui faktor kepuasan konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur, peneliti melakukan observasi kepada 30 responden pembeli yang merasa puas dan membeli lebih dari 1 kali. Berikut datanya:

⁸ Observasi Peneliti

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158

Tabel 1.5**Faktor Kepuasan Konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur**

Faktor Kepuasan Konsumen	Jumlah
Kualitas Produk	6
Kualitas Pelayanan	10
Harga	12
Biaya dan kemudahan	2
Emosional	0
Total	30

Sumber: Data Hasil Observasi Peneliti.

Dari tabel di atas diketahui dari 30 konsumen faktor harga dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling banyak dipilih konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk. Harga yang relatif murah pada produk yang memiliki kualitas yang sama, akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada konsumennya.¹⁰ Dan terdapat hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen ketika konsumen memberikan penilaian positif tentang kualitas pelayanan.¹¹ Konsumen yang memilih faktor harga kebanyakan adalah konsumen yang menjual ulang produk dan yang memilih kualitas pelayanan kebanyakan adalah konsumen yang membeli langsung di toko dan pembeli pesan antar. Pada Observasi ini kepuasan konsumen dilihat dari frekuensi pembelian lebih dari 1 kali.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Anisa Nurochman (2017) menyatakan bahwa harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran edisi 3*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 312

¹¹ Lina Anatan, *Service Excellence*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 70

signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).¹² Berbanding terbalik dengan hasil penelitian oleh Arif Ferdinan Agung (2018) yang menyatakan harga (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Indomaret. Kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen Indomaret.¹³

Dari pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur. Maka penelitian ini berjudul *“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk).”*

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana harga di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?
3. Bagaimana kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?

¹² Anisa Nurochman, Skripsi: *Pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Nyonyawardah (Studi Pada Pelanggan Nyonyawardah.Com Di Kota Bandung)*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Jati, 2017), 72

¹³ Arif Ferdinan Agung, Skripsi: *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komparatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Kopri)*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung), 2018, 92

4. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?
5. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?
6. Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harga di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.
5. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.
6. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis berharap ada beberapa manfaat yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah literatur mahasiswa/ penelitian selanjutnya yang sejenis, untuk mempelajari lebih dalam tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk mempelajari lebih dalam tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan pertimbangan oleh Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur dalam rangka untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertimbangkan penentuan harga untuk menumbuhkan kepuasan terhadap konsumen.

c. Bagi Pembaca

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam memahami harga, kualitas pelayanan, dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen bagi pembaca.

E. Telaah Pustaka

1. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek*”, oleh Ira Humaira Hany (2018), mahasiswa IAIN Kediri. Tujuan penelitian ini untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan Go jek. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh pada kepuasan konsumen sebesar 29,3 % dan sisanya dipengaruhi faktor lain.¹⁴

Persamaan penelitian Ira dengan penelitian ini ialah membahas dan meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya.

2. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Panti Pijat Tuna Netra Nuansa Fajar Kota Kediri)*”. Oleh Luluk Dwi Nur, mahasiswi IAIN Kediri (2019). Tujuan penelitian untuk mengukur pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen panti pijat tuna netra nuansa fajar. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 63,2% dan sisanya dipengaruhi faktor lain.¹⁵

¹⁴ Ira Humaira Hany, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Jek*, (Kediri: IAIN Kediri, 2018).

¹⁵ Luluk Dwi Nur, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Panti Pijat Tuna Netra Nuansa Fajar Kota Kediri)*, (Kediri: IAIN Kediri, 2019).

Persamaan penelitian Luluk dengan penelitian ini ialah membahas tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.

3. *“Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rajawali Motor”*, oleh Cynki Octianggono Diputra (2021) mahasiswa UIN 1 Tulungagung. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen toko Rajawali Motor. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, produk, dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen toko Rajawali Motor.¹⁶
Persamaan penelitian Cynki dengan penelitian ini ialah meneliti pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada objeknya.
4. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Ahar Putra Santosa Mandiri Pare)”*. Oleh Dessy Ayu Setyaningrum, mahasiswi IAIN Kediri (2021). Tujuan penelitian ini untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ahas PSM. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian menunjukkan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen sebesar 62,2% dan biasanya dipengaruhi faktor lain.¹⁷

¹⁶ Cynki Octianggono Diputra, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rajawali Motor*, (Tulungagung: UIN Satu Tulungagung, 2021).

¹⁷ Dessy Ayu Setyaningrum, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Ahar Putra Santosa Mandiri Pare*, (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

Persamaan penelitian Dessy Ayu dengan penelitian ini ialah membahas tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.

5. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies*”, oleh Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat (2017) mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas prosuk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Amanda Brownies. Penelitian menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen Brownis Amanda cabang Bratajaya Surabaya.¹⁸

Persamaan penelitian sebelumnya dan penelitian ini ialah membahas tentang harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan dalam penelitian terdahulu pada variabel kualitas produk dan terletak pada objek penelitian.

¹⁸ Maslikhatul Aulia dan Imam Hidayat, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies*, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593, Volume , Nomer 5, 2017.