

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia banyak sekali mempunyai keinginan, kebutuhan maupun keperluan yang kesemuanya itu hendaklah terpenuhi. Mereka membutuhkan makanan, minuman, pakaian, pengetahuan, serta kebutuhan lainnya. Kebutuhan manusia dikelompokkan dalam dua kelompok, yaitu kebutuhan fisik atau kebutuhan badaniah dan kebutuhan psikis atau kebutuhan kejiwaan (Rosyidi, 2006, hlm. 49). Dalam memenuhi segala kebutuhan hidup, setiap manusia memerlukan harta. Oleh karena itu, salah satu untuk memperoleh harta kekayaan tersebut adalah dengan bekerja salah satu bentuk bekerja adalah dengan berdagang maupun berbisnis (Mardani, 2017, hlm. 75).

Berbisnis atau berdagang adalah kegiatan yang sangat dianjurkan dalam ajaran Islam. Bahkan Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa sallam menyebutkan bahwa sembilan dari sepuluh pintu rezeki adalah dari pintu perdagangan. Artinya melalui jalur niaga ini dibukakan pintu rezeki, sehingga keluarlah rahmat Allah, dan jual beli adalah sesuatu yang dibolehkan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nissa ayat 29 sebagai berikut : (Yunia Fauzia, 2019, hlm. 7)

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan

janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya, Allah Maha Penyayang kepadamu.” QS. An – Nissa (4) ayat 29.

Bisnis merupakan suatu kegiatan untuk menjalankan aktivitas produksi dan distribusi atau penjualan barang dan jasa yang dapat dilakukan secara individu maupun berkelompok untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan memperoleh keuntungan melalui sebuah transaksi. Islam menekankan bahwa aktivitas manusia dalam perdagangan atau bisnis dilakukan tidak hanya untuk tujuan mencari keuntungan, tetapi juga harus dilandasi oleh akhlak yang mulia (Khalil, 2010, hlm. 46) . Perdagangan dalam Islam harus dilakukan dengan benar, dan menurut prinsip ekonomi Islam, Islam melarang keuntungan yang berlebihan, perdagangan yang tidak jujur, dan merugikan orang lain, serta keadilan dan kejujuran harus diterapkan dalam setiap kegiatan ekonomi (Rivai & Buchari, 2009, hlm. 96)



Gambar 1. 1 Indeks Persaingan Usaha Indonesia Tahun 2018 - 2022

Persaingan usaha di Indonesia saat ini sangatlah ketat (Ahdiat, 2022) karena setiap perusahaan berusaha untuk meningkatkan jumlah penjualan produk dan meraih konsumen baru. Salah satu bisnis usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan yang terjadi sekarang ini adalah bisnis jasa percetakan (fotocopy). Sebelum adanya mesin fotocopy, semua pekerjaan penyalinan dokumen atau catatan dilakukan secara manual. Sekarang dengan adanya mesin fotocopy, lebih mudah untuk menyalin file dengan cepat tanpa menggandakannya secara manual. Dari waktu ke waktu, mesin fotocopy juga semakin berkembang. Kecanggihan mesin fotocopy saat ini pun disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, mulai dari hitam-putih hingga berwarna, agar menyerupai dokumen aslinya. Selain itu, mesin fotocopy saat ini juga dapat bekerja lebih cepat dalam menggandakan sebuah dokumen. Oleh karena itu, dengan memanfaatkan kecanggihan pada mesin fotocopy ini dapat membuka peluang usaha yang menarik (Tanuwijaya & Anshori, 2013, hlm. 2)

Fotocopy Sentra adalah salah satu usaha perorangan yang bergerak dalam bidang jasa percetakan dan tempat perbelanjaan alat tulis kantor yang berdiri sejak tahun 2011 hingga saat ini dan sudah mempunyai ijin operasional. Bangunan usaha ini berupa ruko 3 lantai yang beralamatkan di Jalan Brigjend H. Hasan Basri NO. 44 - RT. 41, Kelurahan Sungai Miai, Kecamatan Banjarmasin Utara Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan yang ikut meramaikan persaingan bisnis sekarang ini. Jasa yang ditawarkan antara lain fotocopy, print, cetak photo, scan, laminating, penjilidan buku dan menjual ATK (alat tulis kantor) baik eceran maupun grosiran. Dengan memiliki lokasi usaha yang strategis diantara Sekolah, Perguruan Tinggi dan Perkantoran, Fotocopy Sentra memiliki target

pasar atau prospek yang baik sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan dalam usaha ini semakin besar. Peluang usaha fotocopy ini begitu menjanjikan, berawal dari mempunyai hanya satu mesin fotocopy saja dengan modal seadanya hingga sekarang ini fotocopy sentra memiliki dua mesin fotocopy, tiga mesin print, satu dua alat scanner dan satu alat laminating. Hal ini membuktikan bahwa Fotocopy Sentra dapat memperluas usahanya dengan menawarkan jasa yang lengkap, pelayanan yang baik serta harga yang dapat bersaing.

Umumnya usaha percetakan atau fotocopy didirikan di area sekitar sekolah, perguruan tinggi, ataupun perkantoran. Hal ini merupakan salah satu strategi untuk menarik pelanggannya untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sebagai target pasar dari usaha bisnis ini. Salah satu cara yang dilakukan oleh Fotocopy Sentra untuk memenangkan persaingan adalah dengan cara menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi peran penting dalam keberhasilan sebuah usaha (Agustina dkk., 2019, hlm. 38)

Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian antara yang mereka rasakan dan harapan mereka sebelumnya terhadap kinerja jasa secara akurat. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen akan puas kalau harapan mereka terpenuhi dan merasa sangat gembira jika harapan mereka terlampaui. Jadi kepuasan adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen akan barang atau jasa tersebut (Pamekas, 2021, hlm. 72–73)

Keberhasilan suatu perusahaan akan sangat tergantung pada pelanggannya melalui pelanggan yang secara terus menerus melakukan pembelian ulang akan menjadi jaminan kelangsungan hidup perusahaan, karna hidup matinya usaha dikendalikan oleh pelanggannya. Apabila kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa atau tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang (Efnita, 2017, hlm. 109).

Dalam ekonomi Islam, kepuasan umat Islam disebut *qona'ah*. Kepuasan Islami (*qona'ah*) mencerminkan kepuasan lahir dan batin seseorang. Kepuasan dalam Islam dikaitkan dengan keyakinan yang menghasilkan rasa syukur. Dalam Islam, pemenuhan kebutuhan dan kepuasan konsumen dilandasi dengan prinsip, norma dan etika yakni dengan senantiasa memperhatikan halal-haramnya suatu barang atau jasa dengan norma tidak menganjurkan konsumsi atau penggunaannya untuk tujuan kemegahan, kemewahan dan kemubaziran (Muhyiddin dkk., 2020, hlm. 42). Dikarenakan kepuasan konsumen sangatlah penting sehingga toko Fotocopy Sentra berupaya untuk memberikan kesan baik terhadap konsumen agar tetap melakukan pembelian di Fotocopy Sentra secara berulang dan terus menerus.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, fenomena yang terjadi saat ini pada usaha Fotocopy Sentra yaitu adalah Harga. Adanya persaingan harga yang dilakukan oleh sesama usaha percetakan fotocopy khususnya di daerah kayu tangi – cemara, sehingga sebagian harga yang ditetapkan oleh Fotocopy Sentra menurut konsumen sedikit lebih mahal, maka menjadikan itu sebagai sebuah ukuran

konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa yang diberikan oleh Fotocopy Sentra.

Persaingan yang ketat diantara pengusaha fotocopy menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha fotocopy membuat harga pun semakin ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha fotocopy perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Salah satu pemasaran yang dapat memenangkan persaingan adalah dengan menyediakan dan menetapkan produk dan harga yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan segmen pasar dan target pasar yang dituju serta pelayanan yang diberikan harus maksimal, sehingga pengusaha fotocopy dapat menarik konsumen dan bahkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam menjalankan suatu bisnis untuk bisa maju dan berkembang adalah harga yang menarik dan terjangkau. Harga merupakan faktor terpenting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok. Menurut (Kotler & Armstrong, 2018, hlm. 345) Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Ada 3 (tiga) dimensi harga yaitu keterjangkauan harga, diskon/potongan harga dan cara pembayaran. Penentuan harga haruslah adil, sebab keadilan salah satu prinsip dasar dalam

semua transaksi yang islami. Bahkan, keadilan sering kali dipandang sebagai inti sari dari ajaran islam dan dinilai Allah sebagai perbuatan yang lebih dekat dengan ketakwaan (Qardhawi, 2004, hlm. 316)

Harga yang baik dan terjangkau didukung dengan tempat yang nyaman dan strategis akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Bagi pelaku usaha dalam pemilihan lokasi merupakan poin yang sangat penting. Lokasi yang dipilih mampu memberikan tempat yang strategis dan nyaman sangatlah penting dalam menjalankan usaha sehingga mampu meningkatkan omset penjualan dan mempermudah pelanggan untuk melakukan pembelian secara langsung (Novianti & Suhardi, 2022, hlm. 917). Tempat yang strategis dan nyaman akan membawa keuntungan lebih bagi perusahaan. Memilih tempat yang berada di keramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen bisa dijadikan salah satu strategi yang bisa dilakukan pemilik bisnis (Tjiptono, 2015, hlm. 54) .

Penentuan tempat juga perlu diperhatikan oleh para pemilik usaha karena mereka tidak akan pernah lepas dari tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar, dengan memastikan tidak akan merugikan dan merusak lingkungan sekitarnya. Islam adalah agama yang mengatur segala sesuatu yang ada di muka bumi, termasuk bagaimana manusia menjaga dan melestarikan lingkungan dan tidak merusaknya. Seperti dalam ajaran agama islam, yakni melarang melakukan kerusakan lingkungan, yang tertuang dalam QS. Al-A'raf/7:56 sebagai berikut.

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

“Dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah (diciptakan) dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang yang berbuat kebaikan”. (QS. Al-A’raf : 56)

Pada tempat atau lokasi usaha yang di tempati oleh Fotocopy Sentra sangatlah strategis karena dekat dengan sekolahan, kampus serta perkantoran sehingga banyak pelajar maupun karyawan yang berlalu lalang melewati toko ini. Ketersediaan lahan parkir yang cukup luas menambah nilai lebih yang diberikan oleh Fotocopy Sentra dibandingkan dengan tempat lainnya. Namun dikarenakan bangunan ini sedikit lebih terkebelakang dari pada bangunan lainnya sehingga Fotocopy Sentra sulit terlihat atau tidak mudah untuk ditemukan.

Selain Harga dan Tempat salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Pelayanan. Dalam bisnis yang baik harus memberikan pelayanan yang cepat, akurat, dan baik kepada konsumennya karena pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan menjadi loyal dan setia terhadap pelanggan karena pelanggan merasa keinginan atau harapannya terpenuhi dan terpuaskan setiap perusahaan mengutamakan kepuasan pelanggan karena jika suatu perusahaan tidak dapat memenuhi kepuasan pelanggan, maka relatif mudah bagi mereka untuk pindah ke perusahaan pesaing. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Menurut (Miranda dkk., 2022, hlm. 84).

Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara

tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Maka dari itu berdasarkan hasil observasi peneliti pada Fotocopy Sentra, Kualitas Pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, ramah, sopan, dan tidak pernah salah dalam melayani pelanggan, akan tetapi kurang banyaknya ketersediaan mesin operasional sehingga membuat pelanggan menunggu atau antri yang mengakibatkan terjadinya penurunan kepuasan konsumen, namun banyak pelanggan yang masih mau kembali atau menggunakan ulang jasa percetakan Fotocopy Sentra dikarenakan permintaan yang dikehendaki konsumen selalu dapat terpenuhi.

Bisnis usaha fotocopy ini merupakan bisnis yang memiliki prospek yang baik kedepannya, ditambah lagi dari kalangan pelajar dan karyawan perkantoran yang semakin banyak dari tahun ke tahun sehingga peluang untuk mendapatkan pasar dan keuntungan dalam bisnis fotocopy ini semakin besar. Disamping persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini, Produk dan jasa yang ditawarkan pada hakikatnya ditujukan untuk pemuasan kebutuhan konsumen, untuk memenuhi hal tersebut perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumennya.

Adanya harga yang bersaing dalam bisnis Fotocopy membuat masing-masing perusahaan berlomba-lomba membuat strategi yang baik untuk memperebutkan hati konsumen, baik melalui harga, tempat, kualitas layanan maupun hal lainnya. Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan memiliki peranan penting yang dinilai konsumen dan menjadikan suatu pengalaman yang dapat menarik pelanggan apabila mereka merasa terpuaskan. Kemampuan perusahaan dalam memahami kebutuhan konsumen dengan memberikan harga, tempat dan

kualitas pelayanan yang berkualitas menjadi salah satu manfaat dalam meningkatkan jumlah konsumen bagi suatu perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas maka dari itu penulis tertarik melakukan penelitian yang tertuang dalam sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“PENGARUH HARGA, TEMPAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI FOTOCOPY SENTRA BANJARMASIN”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin ?
2. Apakah Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Fotocopy Sentra Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk pengembangan keilmuan khususnya di bidang ekonomi syariah, sebagai bahan referensi

atau rujukan, dan tambahan pustaka pada perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis, sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
- b. Bagi Fotocopy Sentra, untuk meningkatkan kesadaran para pengusaha fotocopy dalam memberikan harga, tempat dan kualitas pelayanan yang baik dan menjadi seorang pengusaha yang baik sesuai dengan ajaran islam dalam berbisnis.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya, sebagai informasi dan sumber rujukan bagi para peneliti dikemudian hari.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam memahami istilah-istilah dalam penelitian ini dan permasalahan yang akan penulis teliti dan untuk menjadi pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut.

Skripsi yang penulis kemukakan berjudul : “Pengaruh Harga, Tempat dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Fotocopy Sentra Banjarmasin”, yang merupakan pokok pembahasan yang akan dibahas dengan memberikan penjelasan dan pengertian satu persatu yaitu sebagai berikut :

1. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual (M. Y. Saleh & Said, 2019, hlm. 141). Harga yang dimaksud disini adalah hal yang harus dibayarkan oleh seorang konsumen untuk produk yang akan mereka miliki. Adapun yang dimaksud harga dalam penelitian ini adalah harga beli atau pelayanan di Fotocopy Sentra.

2. Tempat

Tempat/ lokasi/ *place*/ saluran distribusi perusahaan adalah suatu letak di mana toko atau bisnis didirikan yang berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen dimana produsen menyalurkan produknya kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, 2015, hlm. 345). Tempat yang dimaksud disini adalah usaha Fotocopy Sentra, di Jalan Brigjend H. Hasan Basri NO. 44 - RT. 41, Kel. Sungai Miai Kec. Banjarmasin Utara, dimana lokasi tersebut berada disekitaran tempat sekolah serta perkantoran yang banyak pelajar atau para pekerja membutuhkan fasilitas fotocopy atau jasa pelayanan ini.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam menyeimbangkan harapan konsumen (Tjiptono, 2019, hlm. 58). Kualitas pelayanan yang dimaksud disini adalah

ketepatan, keakuratan dan kecepatan pelayanan dalam memenuhi keinginan pelanggan Fotocopy Sentra.

4. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di berikan terhadap kinerja yang di harapkan (Pamekas, 2021, hlm. 72–73). Kepuasan konsumen yang dimaksud disini adalah kepuasan harga, tempat dan kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen fotocopy sentra.

F. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

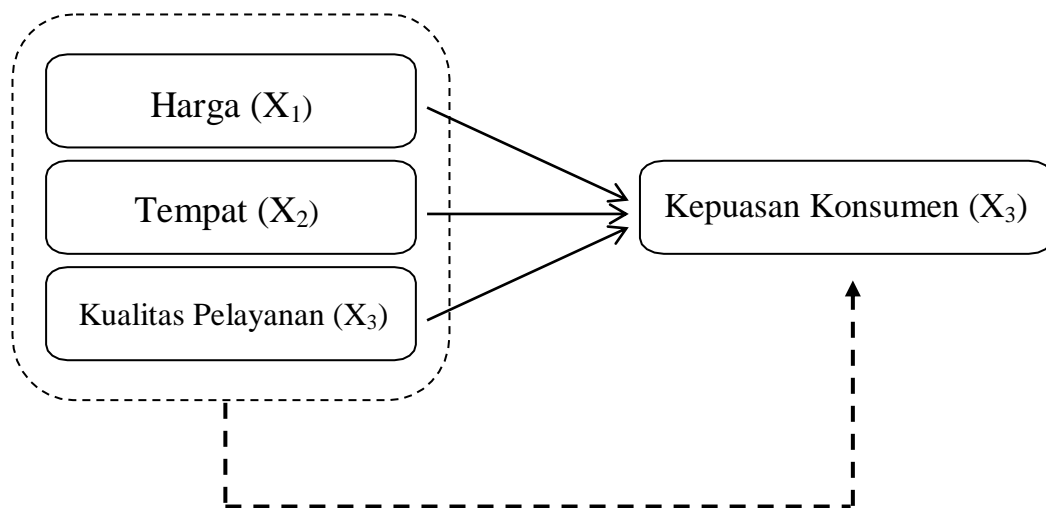
NO.	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mohammad Aris, 2019 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Stasiun Seblak Bandung Demak	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen adalah Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi • Variabel Dependen adalah Kepuasan Pelanggan • Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif • Jumlah responden adalah 96 Orang • Hasil penelitian : Secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Stasiun Seblak Bandung Demak 	Menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi sebagai variabel independen. dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.	Peneliti menggunakan 100 responden sebagai bahan penelitian
2.	Ryan Maulana, 2020 Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi dalam Pemasaran Syariah Terhadap Kepuasan Pelanggan Solong KUPI Banda Aceh	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Produk, Harga, Lokasi • Variabel Dependen : Kepuasan pelanggan • Jenis penelitian adalah kuantitatif • Jumlah responden adalah 100 orang • Hasil penelitian : Secara parsial variabel Produk dan lokasi berpengaruh, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Solong KUPI Banda Aceh. Dan secara simultan produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Solong KUPI Banda Aceh. 	Sama-sama menggunakan variabel harga dan lokasi sebagai variabel independen. dan kepuasan konsumen / pelanggan sebagai variabel dependen.	Peneliti menggunakan tambahan variabel kualitas pelayanan sebagai variabel independen.

NO.	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	<p>Siti Agustina, 2021</p> <p>Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa di Kantin UIN Antasari Banjarmasin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Kualitas Pelayanan, Fasilitas • Variabel Dependen adalah Kepuasan Konsumen • Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif • Jumlah responden adalah 99 Orang • Hasil penelitian : Secara parsial dan simultan Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa di Kantin UIN Antasari Banjarmasin. 	<p>Sama-sama menggunakan variabel Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen. dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.</p>	<p>Peneliti menggunakan tambahan variabel harga dan lokasi sebagai variabel independen. dan menggunakan 100 responden .</p>
4.	<p>Aditya Setyawan, Citra Rizkiana, dan Adhi Widyakto, 2022</p> <p>Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Study Pada Fotocopy Lancar Baru Semarang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk • Variabel Dependen : Kepuasan pelanggan • Jenis penelitian adalah kuantitatif • Jumlah responden adalah 96 orang • Hasil penelitian : Secara parsial dan simultan Persepsi Harga, Kualitas Layanan dan Kualitas Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Study Pada Fotocopy Lancar Baru Semarang. 	<p>Sama-sama menggunakan variabel harga dan kualitas pelayanan variabel independen. dan kepuasan konsumen / pelanggan sebagai variabel dependen.</p>	<p>Peneliti menggunakan tambahan variabel tempat sebagai variabel independen.</p>

NO.	Penulis dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	<p>Hermanto dan Angga Hapsila, 2021.</p> <p>Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen adalah Harga dan Kualitas Pelayanan • Variabel Dependen adalah Minat beli • Jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data <i>Accidental Sampling</i> • Jumlah responden adalah 98 Orang • Hasil penelitian : Harga dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Fotocopy Anugrah Rengat. 	<p>Sama-sama menggunakan variabel harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen.</p>	<p>Peneliti menggunakan tambahan variabel tempat sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.</p>
6.	<p>M. Rizal Saputra, 2022</p> <p>Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen : Lokasi, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan • Variabel Dependen : Keputusan Pembelian • Jenis penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data <i>Accidental Sampling</i> • Jumlah responden adalah 50 orang • Hasil penelitian : Secara parsial Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh sedangkan Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan secara simultan Lokasi, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minimarket Haura Banjarmasin 	<p>Sama-sama menggunakan variabel lokasi dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen.</p>	<p>Peneliti menggunakan tambahan variabel harga dalam variabel independen.</p> <p>Serta menggunakan 100 orang responden sebagai bahan penelitiannya</p>

G. Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran penulis menggambarkan pengaruh sistematis antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), dimana X_1 adalah harga, X_2 adalah tempat, X_3 adalah kualitas pelayanan dan Y adalah kepuasan konsumen. Berdasarkan variabel yang telah ditetapkan diatas, maka dapat disimpulkan untuk menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah harga, tempat dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Skema kerangka pemikiran dari penjabaran diatas adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran dalam Penelitian

Keterangan :A

1. \longrightarrow = Parsial
Pengaruh Harga, Tempat, dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen di Fotocopy Sentra secara Parsial
2. $-\text{---}\longrightarrow$ = Simultan
Pengaruh Harga, Tempat, dan Kualitas Pelayanan terhadap
Kepuasan Konsumen di Fotocopy Sentra secara Simultan

H. Hipotesis Pemikiran

1. Hipotesis Parsial

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, tempat, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, tempat, dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

2. Hipotesis Simultan

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, tempat, dan kualitas pelayanan secara Simultan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, tempat, dan kualitas pelayanan secara Simultan terhadap kepuasan konsumen Fotocopy Sentra

I. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang disusun secara berurutan agar dapat diperoleh pemahaman yang runtut, sistematis, dan jelas. Kerangka sistematis pembahasan terdiri atas lima bab, yaitu:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini berisi tentang uraian bauran pemasaran dan kepuasan konsumen yang terdiri dari harga, tempat, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen.

Bab III Metode Penelitian, pada bab ini berisi tentang uraian jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Bab IV Penyajian Data Dan Laporan Penelitian Pada bab ini penulis menyajikan hasil penelitian dan analisis data yang mencakup gambaran umum secara ringkas berdasarkan teori yang telah disusun serta jawaban atas rumusan masalah

Bab V Penutup Pada bab ini penulis membuat kesimpulan atas hasil penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian