

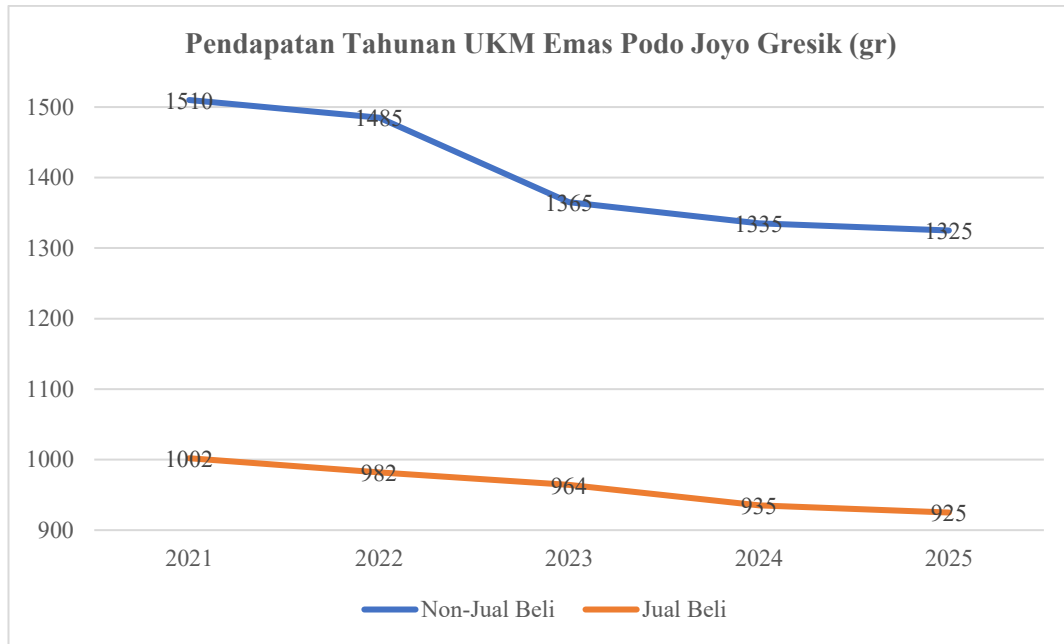
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Menurut Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menyatakan bahwa usaha kecil menengah memiliki kriteria yaitu: a) memiliki modal sampai dengan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 dimana semuanya tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha b) omzet sebesar Rp. 2 Milyar – Rp. 15 Milyar (dua milyar rupiah – lima belas milyar rupiah) (Permata dkk, 2025). UKM Emas Podo Joyo Gresik termasuk dalam usaha/industri kecil karena memenuhi kriteria tersebut yaitu: a) memiliki modal sampai Rp. 1.000.0000.000,00 b) omzet mencapai lebih dari 2 milyar.

UKM Emas Podo joyo Gresik adalah usaha kecil menengah yang bergerak pada bidang perhiasan emas dan telah beroperasi secara aktif di wilayah Gresik. UKM Emas Podo Joyo Gresik sekarang mengelola 2 toko di pasar Gresik. UKM Emas Podo Joyo Gresik memiliki 2 lini bisnis yaitu transaksi jual beli dan transaksi non jual beli. Adapun presentasi perbandingan pendapatan antara transaksi jual beli dan non jual beli adalah 59,35% : 40,65%. Transaksi jual beli meliputi kegiatan penjualan emas, pembelian emas dari konsumen , dan layanan tukar tambah emas serta jasa pembersihan emas. Sementara itu, transaksi non jual beli mencakup layanan pembuatan pesanan emas sesuai permintaan pelanggan dan serta perbaikan perhiasan emas yang mengalami kerusakan. Berikut pendapatan UKM Emas Podo Joyo Gresik selama 5 tahun:



Gambar 1.1 Pendapatan Tahunan UKM Emas Podo Joyo Gresik

Sumber: Data UKM Emas Podo Joyo Gresik (2025)

Dalam gambar 1.1 terlihat adanya penurunan volume transaksi jual beli dan pembuatan emas setiap tahunnya dari tahun 2021 hingga 2025 dengan penurunan pendapatan mencapai 7%-12%. Kondisi tersebut menunjukkan adanya indikasi permasalahan pada minat beli pelanggan yang ditandai dengan menurunnya tingkat penjualan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sembiring dkk (2025) yang menyatakan bahwa minat beli konsumen berpengaruh terhadap volume penjualan. Selain itu, UKM Emas Podo Joyo Gresik juga mengalami penurunan loyalitas pelanggan yang diduga disebabkan oleh rendahnya minat beli. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hannan dan Wulandari (2022) yang menyebutkan bahwa minat beli berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, di mana minat beli dapat mendorong pelanggan untuk merekomendasikan suatu usaha sebagai tempat pembelian produk kepada pihak lain.

Minat beli dan loyalitas pelanggan tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dirasakan konsumen dalam proses pembelian. Salah satu faktor utama yang memengaruhi kedua variabel tersebut adalah kualitas layanan. Kualitas layanan tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pelayanan kepada konsumen, tetapi juga sebagai upaya membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan (Arifin dkk., 2023). Pelayanan yang baik, seperti sikap ramah, kecepatan, dan kejelasan informasi, dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong minat beli pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian Hannan dan Wulandari (2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan melalui minat beli berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sehingga minat beli berperan sebagai penghubung antara kualitas layanan dan loyalitas.

Selain kualitas layanan, harga juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Harga mencerminkan nilai suatu produk atau jasa sekaligus menjadi dasar perbandingan dengan produk sejenis (Rengga dkk., 2023). Harga yang sesuai dengan kualitas produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan minat beli. Penelitian Yudira dkk (2022) menyatakan bahwa harga yang rendah cenderung meningkatkan minat beli, sedangkan harga yang tinggi dapat menurunkannya. Selain itu, Rahayu dan Syafei (2022) menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, yang menunjukkan pentingnya menjaga keseimbangan antara harga dan kualitas produk.

Faktor lain yang memengaruhi minat beli dan loyalitas pelanggan adalah lokasi usaha. Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Onsardi dan Fitri (2023) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli, karena lokasi yang tepat dapat

meningkatkan ketertarikan konsumen untuk berkunjung. Selain itu, Fuadi dkk (2024) juga menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan antara lokasi dan loyalitas pelanggan. Lokasi yang baik tidak hanya memengaruhi biaya operasional, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Untuk memperkuat dugaan bahwa kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan, dilakukan pra-survei terhadap 30 pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik yang dilakukan secara daring (Solimun dkk., 2022). Pra-survei tersebut bertujuan untuk memperkuat kerangka pemikiran peneliti serta mengidentifikasi adanya permasalahan nyata yang terjadi pada objek penelitian (Meilani dan Sugiarti, 2022). Pra-survei digunakan juga untuk menguji pemahaman responden atas permintaan peneliti (Solimun dkk., 2022). Berikut merupakan hasil pra-survei kualitas pelayanan pada UKM Emas Podo Joyo Gresik.

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra-Survei Kualitas Layanan UKM Emas Podo Joyo Gresik

Indikator Kualitas Layanan (Tjiptono dan Diana, 2022)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata-%Tidak
Reliabilitas	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik tanggap dalam melayani permintaan Anda?	14	16	46,7%	53,3%	37,8%	62,2%
	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik cepat merespons pertanyaan pelanggan?	6	24	20%	80%		
	Apakah karyawan UKM Emas Podo	14	16	46,7%	53,3%		

Indikator Kualitas Layanan (Tjiptono dan Diana, 2022)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata-%Tidak
	Joyo Gresik bersedia membantu Anda segera saat membutuhkan pelayanan tambahan, seperti perbaikan ukuran cincin?						
Daya Tanggap	Apakah produk emas yang ditawarkan selalu sesuai dengan deskripsi UKM Emas Podo Joyo Gresik?	9	21	30%	70%	33%	67%
	Apakah kualitas emas yang Anda beli di UKM Emas Podo Joyo Gresik sesuai dengan harapan Anda?	14	16	46,7%	53,3%		
	Apakah UKM Emas Podo Joyo Gresik selalu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan Anda?	7	23	23,3%	76,7%		
Jaminan	Apakah Anda merasa percaya saat berinteraksi di UKM Emas Podo Joyo Gresik?	14	16	46,7%	53,3%	38,9%	61,1%
	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik memiliki pengetahuan yang baik tentang produk emas yang dijual?	9	21	30%	70%		
	Apakah Anda yakin terhadap kejujuran karyawan UKM	12	18	40%	60%		

Indikator Kualitas Layanan (Tjiptono dan Diana, 2022)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata-%Tidak
	Emas Podo Joyo Gresik dalam melayani pelanggan?						
Empati	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik memahami kebutuhan Anda sebagai pelanggan?	8	22	26,7%	73,3%	35,57%	64,43%
	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik bersikap ramah selama melayani Anda?	14	16	46,7%	53,3%		
	Apakah karyawan UKM Emas Podo Joyo Gresik memberikan perhatian secara pribadi ketika Anda berkonsultasi mengenai pilihan produk emas?	10	20	33,3%	66,7%		
Bukti Fisik	Apakah tampilan UKM Emas Podo Joyo Gresik terlihat menarik?	14	16	43,3%	56,7%	61,13%	38,87%
	Apakah penataan ruangan di UKM Emas Podo Joyo Gresik membuat Anda nyaman melihat-lihat produk?	9	21	30%	70%		
	Apakah penampilan karyawan UKM Podo Joyo Gresik terlihat profesional?	14	16	43,3%	56,7%		

Sumber: Data Hasil Kuesioner Sementara (2025)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden di UKM Emas Podo Joyo Gresik, diketahui bahwa kualitas layanan yang diberikan masih belum optimal. Pada indikator reliabilitas, sebanyak 53,3% responden tidak setuju bahwa karyawan tanggap dalam melayani permintaan, 80% tidak setuju bahwa karyawan cepat merespons pertanyaan, serta 53,3% tidak setuju bahwa karyawan membantu pelanggan saat membutuhkan pelayanan tambahan sehingga didapatkan rata-rata 62,2% pelanggan menyatakan bahwa indikator reliabilitas belum optimal. Pada indikator daya tanggap, sebanyak 70% responden tidak setuju bahwa emas sesuai dengan deskripsi produk, 53,3% tidak setuju bahwa kualitas emas sesuai harapan, serta 76,7% tidak setuju bahwa pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga diketahui rata-rata 67% pelanggan merasa indikator daya tanggap belum optimal juga. Pada indikator jaminan, sebanyak 53,3% responden tidak setuju merasa percaya saat berinteraksi dengan karyawan, 70% tidak setuju bahwa karyawan memiliki pengetahuan produk yang baik, serta 60% tidak setuju terhadap kejujuran karyawan dalam melayani pelanggan, dan didapatkan pula rata-rata sebanyak 61,1% pelanggan merasa indikator jaminan belum optimal. Pada indikator empati, sebanyak 73,3% responden tidak setuju bahwa karyawan memahami kebutuhan pelanggan, 53,3% tidak setuju bahwa karyawan bersikap ramah, serta 66,7% tidak setuju bahwa karyawan memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan, lalu diketahui pula bahwa rata-rata sebanyak 64,43% pelanggan merasa indikator empati belum optimal. Pada indikator bukti fisik, sebanyak 56,7% responden tidak setuju bahwa tampilan UKM Emas Podo Joyo Gresik menarik, 70% tidak setuju bahwa penataan ruang memberikan kenyamanan saat melihat produk, serta 56,7% tidak setuju bahwa karyawan terlihat profesional,

lalu didapatkan pula rata-rata sebanyak 61,13% pelanggan merasa indikator bukti fisik belum optimal. Selanjutnya dilakukan juga pra-survei pada variabel harga, berikut merupakan tabel hasil pra- survei variabel harga UKM Emas Podo Joyo Gresik:

Tabel 1.2 Hasil Kuesioner Pra-Survei Harga UKM Emas Podo Joyo Gresik

Indikator Harga (Indrasari, 2019)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata %Tidak
Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Apakah harga yang ditawarkan oleh UKM Emas Podo Joyo Gresik sesuai dengan kualitas emas yang Anda dapatkan?	8	22	26,7%	73,3%	31,1%	68,9%
	Apakah Anda merasa harga produk di UKM Emas Podo Joyo Gresik sepadan dengan mutu emasnya?	10	20	33,3%	66,7%		
	Apakah kualitas emas di UKM Emas Podo Joyo Gresik membuat Anda merasa harga yang dibayar sudah layak?	10	20	33,3%	66,7%		
Daya Saing Harga	Apakah harga emas di UKM Emas Podo Joyo Gresik bersaing dengan toko emas lain di Pasar Gresik?	14	16	46,7%	53,3%	35,57%	64,43%
	Apakah harga yang ditawarkan di UKM Emas Podo Joyo Gresik lebih menarik dibandingkan pesaingnya?	8	22	26,7%	73,3%		
	Apakah Anda menilai harga di	10	20	33,3%	66,7%		

Indikator Harga (Indrasari, 2019)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata %Tidak
	UKM Emas Podo Joyo Gresik lebih menguntungkan dibandingkan pesaingnya?						
Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Apakah harga emas di UKM Emas Podo Joyo Gresik sesuai dengan manfaat yang anda rasakan setelah membeli?	9	21	30%	70%	29%	71%
	Apakah manfaat yang Anda peroleh dari pelayanan UKM Emas Podo Joyo Gresik sebanding dengan harga yang dibayarkan?	11	19	36,7%	63,3%		
	Apakah harga produk di UKM Emas Podo Joyo Gresik ini pantas dengan pengalaman yang Anda dapatkan?	6	24	20%	80%		

Sumber: Data Hasil Kuesioner Sementara (2025)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden di UKM Emas Podo Joyo Gresik, diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel harga masih cenderung kurang positif. Pada indikator kesesuaian harga dengan kualitas, sebanyak 73,3% responden tidak setuju bahwa harga emas sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, 66,7% tidak setuju bahwa harga produk sepadan dengan mutunya, serta 66,7% tidak setuju bahwa kualitas emas membuat harga yang dibayar terasa layak dengan rata-rata 68,9% pelanggan merasa indikator kesesuaian harga dengan kualitas belum optimal. Pada indikator daya saing harga, sebanyak 53,3% responden tidak setuju bahwa harga emas bersaing dengan toko lain, 73,3% tidak

setuju bahwa harga lebih menarik dibandingkan pesaing, serta 66,7% tidak setuju bahwa harga yang ditawarkan lebih menguntungkan dibandingkan pesaing dengan rata-rata sebanyak 64,43% pelanggan merasa indikator daya saing harga belum optimal. Selanjutnya, pada indikator kesesuaian harga dengan manfaat, sebanyak 70% responden tidak setuju bahwa harga sebanding dengan manfaat yang dirasakan, 63,3% tidak setuju bahwa manfaat pelayanan sebanding dengan harga yang dibayarkan, serta 80% tidak setuju bahwa harga produk pantas dengan pengalaman yang diperoleh, lalu didapatkan pula rata-rata sebanyak 71% pelanggan merasa indikator kesesuaian harga dengan manfaat belum optimal. Lalu didapatkan juga hasil pra-survei untuk variabel lokasi UKM Emas Podo Joyo Gresik sebagai berikut:

Tabel 1.3 Hasil Kuesioner Pra-Survei Lokasi UKM Emas Podo Joyo Gresik

Indikator Lokasi (Arandita dkk., 2025)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata %Tidak
Akses	Apakah lokasi UKM Emas Podo Joyo Gresik mudah dijangkau dengan kendaraan umum maupun pribadi?	13	17	43,3%	56,7%	36,63%	63,37%
	Apakah Anda tidak mengalami kesulitan menemukan lokasi UKM Emas Podo Joyo Gresik saat pertama kali berkunjung?	10	20	33,3%	66,7%		
	Apakah UKM Emas Podo Joyo Gresik berada di lokasi strategis yang mudah ditemukan di pusat kota Gresik?	10	20	33,3%	66,7%		

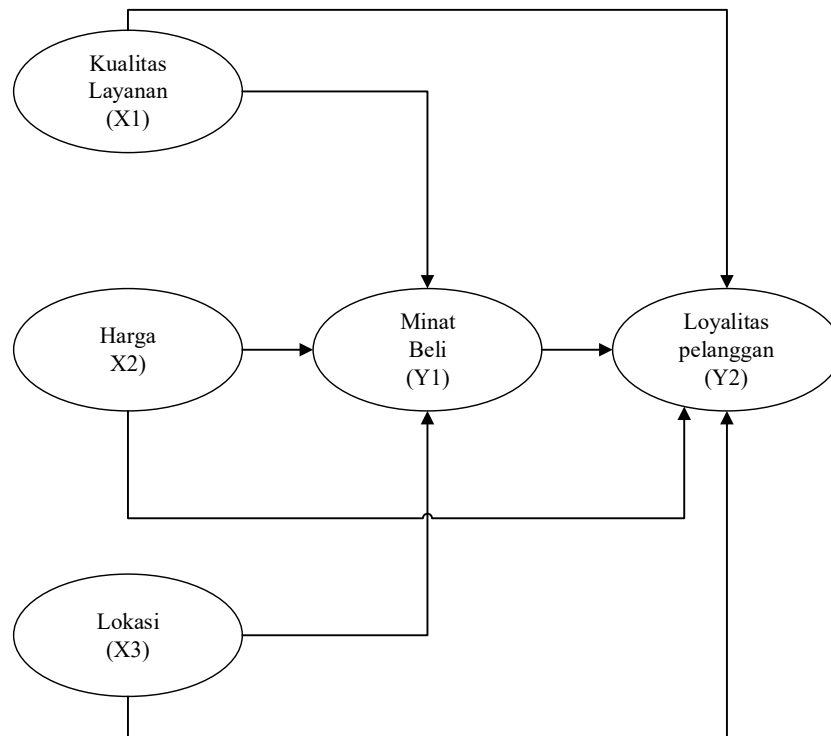
Indikator Lokasi (Arandita dkk., 2025)	Pertanyaan	Ya	Tidak	% Ya	% Tidak	Rata-Rata %Ya	Rata-Rata %Tidak
Visibilitas	Apakah lokasi UKM Emas Podo Joyo Gresik mudah terlihat oleh pelanggan?	9	21	30%	70%	66%	34%
	Apakah papan nama UKM Emas Podo Joyo Gresik dapat dilihat dengan jelas dari jarak tertentu di dalam area pasar?	11	19	36,7%	63,3%		
	Apakah keberadaan UKM Emas Podo Joyo Gresik dapat terlihat dengan jelas tanpa harus mendekatinya secara langsung?	11	19	36,7%	63,3%		
Tempat Parkir	Apakah tersedia area parkir yang cukup bagi pelanggan di sekitar UKM Emas Podo Joyo Gresik?	8	22	26,7%	73,3%	68,9%	31,1%
	Apakah area parkir UKM Emas Podo Joyo Gresik mudah diakses?	10	20	33,3%	66,7%		
	Apakah kenyamanan parkir mendukung Anda untuk berbelanja tanpa khawatir?	10	20	33,3%	66,7%		

Sumber: Data Hasil Kuesioner Sementara, (2025)

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden di UKM Emas Podo Joyo Gresik, diketahui bahwa persepsi responden terhadap variabel lokasi masih belum optimal. Pada indikator akses, sebanyak 56,7% responden tidak setuju bahwa lokasi mudah dijangkau dengan kendaraan umum maupun pribadi, 66,7% tidak setuju bahwa lokasi mudah ditemukan saat pertama kali berkunjung, serta 66,7% tidak setuju bahwa UKM Emas Podo Joyo Gresik berada di lokasi yang strategis

dan mudah ditemukan di pusat kota Gresik dengan rata-rata sebanyak 63,37% pelanggan merasa indikator akses belum optimal. Pada indikator visibilitas, sebanyak 70% responden tidak setuju bahwa UKM Emas Podo Joyo Gresik mudah dilihat oleh pelanggan, 63,3% tidak setuju bahwa UKM Emas Podo Joyo Gresik dapat terlihat dengan jelas dari jarak tertentu di area pasar, serta 63,3% tidak setuju bahwa keberadaan UKM Emas Podo Joyo Gresik dapat terlihat tanpa harus mendekat secara langsung dengan rata-rata sebanyak 66% pelanggan merasa indikator visibilitas belum optimal. Pada indikator tempat parkir, sebanyak 73,3% responden tidak setuju bahwa tersedia area parkir yang cukup, 66,7% tidak setuju bahwa akses menuju lokasi parkir mudah diakses, serta 66,7% tidak setuju bahwa kenyamanan parkir mendukung aktivitas berbelanja dengan rata-rata sebanyak 68,9% pelanggan merasa indikator tempat parkir belum optimal.

Dapat dilihat dari hasil pra-survei yang telah dilakukan pemilihan variabel kualitas layanan, harga, dan lokasi dalam penelitian ini didasarkan pada kondisi nyata di lapangan. Hasil pra-survei menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut belum berjalan secara optimal, sehingga berdampak pada UKM Emas Podo Joyo Gresik serta memengaruhi minat beli dan loyalitas mereka seperti halnya yang di sebutkan dalam penelitian Hannan dan Wulandari (2022) bahwa minat beli mampu mengalihkan fokus konsumen pada produk lain sehingga menjadikan loyalitas konsumen pada produk tertentu menjadi lebih tinggi. Maka dari itu didapatkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Permasalahan dalam penelitian ini melibatkan dua variabel endogen yang saling berhubungan, sehingga diperlukan pendekatan statistik multivariat untuk menganalisisnya secara lebih komprehensif. Dalam statistik multivariat, terdapat beberapa metode analisis yang dapat digunakan, seperti *Covariance Based-SEM* (CB-SEM), *Partial Least Square* (PLS), dan *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Setiap metode memiliki karakteristik dan keunggulan masing-masing tergantung pada jenis data dan tujuan penelitian. Penelitian ini memilih menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) karena dianggap paling sesuai dengan karakteristik model yang digunakan. Hal ini disebabkan oleh adanya indikator variabel eksogen yang bersifat formatif, sehingga PLS menjadi pendekatan yang tepat untuk menghasilkan estimasi yang akurat. Selain itu PLS berorientasi pada prediksi dan mengestimasi hubungan antar variabel secara parsial

menggunakan pendekatan berbasis varians, sehingga PLS lebih toleran terhadap ukuran sampel kecil yaitu 30 - 100 responden dan tidak mensyaratkan asumsi distribusi data normal (Handayani dkk., 2019).

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut di dapatkan rumusan masalah dibahas oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
2. Bagaimana pengaruh variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
3. Bagaimana pengaruh variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
4. Bagaimana pengaruh variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
5. Bagaimana pengaruh variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli UKM Emas Podo Joyo Gresik?
6. Bagaimana pengaruh variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
7. Bagaimana pengaruh variabel minat beli berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?
8. Bagaimana model persamaan struktural dari kualitas layanan, harga dan lokasi terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tetap terarah, maka di rumuskan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data dilakukan secara *online* menggunakan *Google Form* dan kuesioner secara *offline* dengan menggunakan kuesioner angket.
2. Dalam penelitian ini, dibatasi hanya pada transaksi jual beli emas yang terjadi di toko Emas Podo Joyo Gresik.

1.4 Asumsi

Penelitian ini dibangun atas beberapa asumsi dasar sebagai berikut:

1. Diasumsikan responden dapat memberikan jawaban yang objektif pada saat pengisian kuesioner yang diberikan.
2. Diasumsikan tidak terjadi perubahan kebijakan pada UKM Emas Podo Joyo Gresik.

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan- tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
2. Untuk mengetahui variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
3. Untuk mengetahui variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.

4. Untuk mengetahui variabel harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
5. Untuk mengetahui variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
6. Untuk mengetahui variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
7. Untuk mengetahui variabel minat beli berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.
8. Untuk mengetahui model matematik persamaan struktural dari kualitas layanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan UKM Emas Podo Joyo Gresik.

1.6 Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi melalui manfaat- manfaat berikut:

1. Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan mampu menyajikan kontribusi teoritis dalam bidang pemasaran, khususnya dalam memahami pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan. Temuan ini dapat menambah wawasan akademik dan menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkesplorasi hubungan serupa dalam industri usaha maupun sektor jasa lainnya. Dengan demikian, penelitian ini berpotensi memperkaya kajian ilmiah mengenai strategi pemasaran dalam industri kreatif.

2. Manfaat Praktis

Sebagai objek penelitian, UKM Emas Podo Joyo Gresik berpotensi memperoleh manfaat dari berbagai aspek melalui hasil studi ini. Melalui penelitian ini, UKM Emas Podo Joyo Gresik dapat memperoleh wawasan mendalam mengenai pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap perilaku pelanggan mereka. Hal ini akan membantu UKM Emas Podo Joyo Gresik untuk meningkatkan kualitas layanan, menetapkan harga yang kompetitif, serta mempertimbangkan faktor lokasi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dari penelitian ini diharapkan dapat membantu UKM Emas Podo Joyo Gresik dalam menghadapi persaingan di pasar usaha retail yang semakin kompetitif.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun struktur penulisan untuk penelitian ini dapat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi pendahuluan meliputi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dalam penelitian, asumsi- asumsi pada penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tinjauan pustaka yang berisi penjelasan mengenai kualitas layanan, harga, lokasi, minat beli, dan loyalitas pelanggan dengan metode yang digunakan untuk melakukan langkah penelitian agar permasalahan dapat diselesaikan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini tahapan pengumpulan data yang meliputi lokasi dan waktu pelaksanaan, identifikasi operasional variabel, teknik pengumpulan data, serta prosedur pemecahan masalah yang disajikan dalam *flowchart*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat pengolahan data yang telah dikumpulkan, analisis terhadap permasalahan yang diteliti, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dipaparkan kesimpulan dari pengolahan dan analisis data dalam rangka memenuhi tujuan penelitian yang telah ditentukan. Bab ini juga memuat berbagai saran yang dapat dijadikan acuan untuk menyempurnakan penelitian- penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**