

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi menyebabkan persaingan global yang ketat dalam dunia bisnis saat ini. Saat ini, inovasi sangat mendorong untuk bergerak lebih cepat. Di era globalisasi sekarang ini, produsen jenang biasanya mengalami berbagai pesaing seperti menjual produk yang serupa dengan produknya. Hal ini memaksa para produsen untuk bersaing dalam memasarkan produknya ke pasar. Dengan teknologi yang digunakan, maka akan mudah untuk menjangkau pelanggan yang berada di pelosok. Produsen juga harus memperhatikan faktor lokasi, keragaman produk, harga, dan kepuasan konsumen saat memasarkan produknya ke berbagai konsumen agar dapat menarik minat beli ulang. Produsen mengetahui apa yang diinginkan konsumen dari produk mereka dengan memasarkannya, sehingga mereka dapat memutuskan apakah akan memuaskan mereka atau tidak, sehingga konsumen akan memiliki kemampuan untuk berminat membeli ulang jika mereka puas. Perusahaan harus mampu bersaing dengan menciptakan jenis produk baru yang memuaskan pelanggan dalam hal bahan, kualitas produk, dan daya tahan.

Salah satu ikon kuliner daerah Kudus adalah Jenang, yang merupakan makanan tradisional khas Kota Kudus. Jenang memiliki cita rasa yang khas dan tekstur yang elastis bagi konsumen. Produk jenang yang dikonsumsi masyarakat umumnya tidak hanya memiliki satu rasa saja, sebaliknya, olahan jenang juga dalam

berbagai rasa dan diproses sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan. Hal ini dilakukan sebagai bagian dari upaya perusahaan untuk mengutamakan kepuasan konsumen.

Salah satu alasan orang memilih Jenang Mubarak sebagai tempat berbelanja oleh-oleh adalah karena lokasinya. Pelanggan akan memilih untuk berbelanja di tempat yang nyaman untuk dijangkau dan memiliki akses jalan yang mudah. Kotler (2019:131), harga suatu produk adalah jumlah yang dibayarkan untuk itu. Harga ditetapkan dalam berbagai cara oleh industri, dengan manajer divisi dan manajer lini produk untuk menangani penetapan harga di perusahaan besar. Salah satu cara perusahaan dapat mengetahui apakah pelanggannya senang dengan apa yang mereka dapatkan adalah dengan berapa banyak mereka membayarnya. Harga juga mengacu pada jumlah uang (dan, jika mungkin, beberapa produk) yang diperlukan untuk memperoleh hadiah dan kombinasi produk tertentu. Adapun tabel jenis keberagaman produk dan harga dari Jenang Mubarak sebagai berikut :

Tabel 1.1**Jenis Kebaragaman Produk dan Harga Jenang Mubarak Kudus Jawa Tengah**

| No | Nama Produk | Harga |
|-----------|---|--------------|
| 1 | Jenang Mubarak Moka, Slop 10X4 S' | Rp.45.000 |
| 2 | Jenang Mubarak, Toples 40'S | Rp. 45.000 |
| 3 | Jenang Mubarak Moka, 5X4'S (Mub Kecil) | Rp. 22.500 |
| 4 | Jenang Dodol Mubarak Rasa Mocca, Dos 12 S' | Rp. 17.000 |
| 5 | Jenang Dodol Mubarak Aneka Rasa, Tas 5X10 S' | Rp. 72.000 |
| 6 | Jenang Mabrur Ideal, Dos 16 S' | Rp. 21.000 |
| 7 | Dodol Citra Persada Rasa Coklat Susu, Dos 10 S' | Rp. 15.000 |
| 8 | Jenang Sinar Tiga-Tiga Prima Kombinasi, Dos 10X3 S' | Rp.36.000 |
| 9 | Jenang Mubarak Rasa Cocopandan, Dos 12 S' | Rp. 17.000 |
| 10 | Jenang Dodol Mubarak Rasa Cappucino, Dos 24 S' | Rp. 29.000 |
| 11 | Jenang Mubarak Rasa Anggur,Dos 12 S' | Rp.17.000 |
| 12 | Jenang Mubarak Rasa Durian, Dos 12 S' | Rp.17.000 |
| 13 | Jenang Dodol Mubarak Rasa Susu, Dos 24 S' | Rp.29.000 |
| 14 | Coklat Dodol Claszeto, Dos 6 S' | Rp. 11.500 |
| 15 | Dodol Citra Persada Rasa Durian, Tas 12 S' | Rp. 17.500 |
| 16 | Jenang Semesta Rasa Durian, Mika 50 S' | Rp. 40.000 |
| 17 | Jenang Mubarak Rasa Stroberi, Dos 12 S' | Rp. 17.000 |
| 18 | Dodol Asia Pasific Rasa Bluberry, White Coffe, | Rp. 45.000 |

| | | |
|----|--|------------|
| | Strawberry, Dos 36 S' (Asia Pasifik Kombinasi) | |
| 19 | Dodol Citra Persada Aneka Rasa, Toples 18 S' | Rp. 25.000 |
| 20 | Dodol Asia Pasifik Rasa White Coffe, Dos 10 S' | Rp. 15.000 |
| 21 | Jenang Baginda Rasa Coklat Susu, Mika 25 S' | Rp. 20.000 |
| 22 | Jenang Sinar Tiga-Tiga Coklat, Dos 15 S' | Rp. 20.000 |
| 23 | Coklat Dodol Claszeto, Dos 12 S' | Rp. 20.000 |
| 24 | Kurma Lapis Coklat Al Madina, Dos 6 S' | Rp. 18.000 |
| 25 | Dodol Asia Pasifik Rasa Bluberry, Dos 10 S' | Rp. 15.000 |
| 26 | Dodol Asia Pasific Rasa Strawberry, Dos 10 S' | Rp. 15.000 |
| 27 | Jenang Semesta Rasa Durian, Mika 25 S' | Rp. 20.000 |
| 28 | Jenang Viva Rasa Kelapa Muda, Mika 25 S' | Rp. 20.000 |

Sumber : www.mubarokfood.co.id (20/02/2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas terlihat bahwa keberagaman produk yang dimiliki oleh Jenang Mubarok ada 28 jenis, dan memiliki harga yang berbeda-beda karena adanya pengaruh dari kemasan, jenis produk dan ukuran, serta rasa dari setiap produk itu sendiri. Bertambahnya minat beli ulang dikarenakan kepuasan konsumen dari konsumen yang semakin meningkat. Meningkatnya kepuasan konsumen juga dikarenakan meningkatnya kualitas serta keberagaman produk yang dapat dipilih oleh konsumen.

Tabel 1.2**Jenis Keberagaman Produk dan Harga Jenang Karomah Kudus**

| No | Nama Produk | Harga |
|----|---|------------|
| 1 | Jenang Karomah Rasa Kacang Hijau 500g | Rp. 21.000 |
| 2 | Jenang Karomah Rasa Kacang Hijau 1kg | Rp. 40.000 |
| 3 | Jenang Karomah Rasa Mix Sirsat dan Melon Strawberry 500g | Rp. 16.000 |
| 4 | Dodol Karomah Rasa Mix Sirsat dan Melon Strawberry 1kg | Rp. 40.000 |
| 5 | Dodol Karomah Rasa Sirsat 1kg | Rp. 32.000 |
| 6 | Dodol Karomah Rasa Sirsat 500g | Rp.17.000 |
| 7 | Jenang Karomah Rasa Kedelai 1kg | Rp.40.000 |
| 8 | Jenang Karomah Rasa Kedelai 500g | Rp. 21.000 |
| 9 | Jenang Karomah Rasa Melon Strawberry 1kg | Rp. 32.000 |
| 10 | Jenang Karomah Rasa Strawberry 1kg | Rp. 32.000 |
| 11 | Jenang Karomah Rasa Melon 1kg | Rp. 32.000 |
| 12 | Jenang karomah Rasa Ketan Hitam 500g | Rp. 17.000 |
| 13 | Jenang Karomah Rasa Ketan Hitam 1kg | Rp. 40.000 |
| 14 | Jenang Karomah Rasa Coklat Susu 1kg | Rp. 32.000 |
| 15 | Jenang Karomah Rasa Coklat Susu 500g | Rp. 17.000 |
| 16 | Jenang Karomah Rasa Kacang Tanah 1kg | Rp. 40.000 |

| | | |
|----|--|------------|
| 17 | Jenang Karomah Rasa Kacang Tanah 500g | Rp. 21.000 |
| 18 | Jenang Karomah Rasa Mocca Wijen 1kg | Rp. 32.000 |
| 19 | Jenang Karomah Rasa Durian 1kg | Rp. 40.000 |
| 20 | Jenang Karomah Rasa Kombinasi 1kg | Rp.32.000 |
| 21 | Jenang Karomah Rasa Wijen 1kg | Rp. 32.000 |
| 22 | Jenang Karomah Rasa Mocca 1kg | Rp. 32.000 |
| 23 | Jenang Karomah Rasa Nangka 1kg | Rp. 32.000 |
| 24 | Jenang Karomah Rasa Jahe 1kg | Rp. 40.000 |
| 25 | Jenang Karomah varian Madu Mongso 500g | Rp. 30.000 |
| 26 | Jenang Karomah Rasa Coklat 500g | Rp. 17.000 |
| 27 | Jenang Karomah Rasa Jagung 500g | Rp. 17.000 |
| 28 | Jenang Karomah Rasa Coklat 1kg | Rp. 32.000 |
| 29 | Jenang Karomah Rasa Nangka 500g | Rp. 17.000 |
| 30 | Jenang Karomah Rasa Jagung 1kg | Rp. 32.000 |

Sumber : <https://jenangkaromahkudus.wordpress.com> (20/02/2023)

Berdasarkan gambar tabel 1.2 di atas terlihat bahwa Jenang Mubarak memiliki keberagaman produk yang lebih sedikit dari pada Jenang Karomah, keberagaman produk yang dimiliki Jenang Mubarak yaitu 28 jenis keberagaman produk, sedangkan keberagaman produk yang dimiliki oleh Jenang Karomah ada 30 jenis produk, dan memiliki harga yang berbeda-beda karena adanya pengaruh dari jenis produk dan ukuran,serta rasa dari setiap produk itu sendiri, sehingga salah satu

pesaing dari Jenang Mubarak yaitu Jenang Karomah yang memiliki keberagaman produk yang lebih banyak dengan Jenang Mubarak.



Sumber : Google Review

Gambar 1.1

Review Lokasi Jenang Mubarak

Berdasarkan gambar 1.1 terlihat bahwa salah satu konsumen dari Jenang Mubarak mengeluhkan tentang salah satu indikator dari lokasi yaitu tempat parkir untuk bus yang tidak tersedia, sehingga bus terparkir sembarangan dipinggir jalan yang akan mengakibatkan kemacetan disekitar Jenang Mubarak. Tempat parkir sangat berpengaruh terhadap konsumen karena dengan adanya tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.



Sumber : Review Google

Gambar 1.2

Review Harga Jenang Mubarok

Berdasarkan gambar 1.2 terlihat bahwa salah satu konsumen dari Jenang Mubarok mengeluhkan soal harga yang berkaitan dengan indikator harga yaitu keterjangkuan karena harga yang dianggap cukup mahal, sehingga harga yang terlalu mahal dapat membuat para konsumen tidak merasa puas dan tidak membeli kembali produk tersebut, dan dapat dilihat pada tabel 1.1 dan tabel 1.2 yang membuktikan bahwa harga Jenang Mubarok lebih mahal dari pada Jenang Karomah karena penjualan yang dilakukan oleh Jenang Karomh lebih memilih menjual dengan kiloan karena dianggap lebih hemat, sedangkan Jenang Mubarok menjual dengan bentuk kemasan.

Berdasarkan gambar 1.2 terlihat bahwa salah satu konsumen dari Jenang Mubarok mengeluhkan soal harga yang cukup mahal, sehingga harga yang terlalu

mahal dapat membuat para konsumen tidak merasa puas dan tidak membeli kembali produk tersebut.

Berdasarkan pada tabel 1.1 dan tabel 1.2 bahwa

Jadi kesimpulan dari beberapa review dari konsumen diatas yaitu Jenang Mubarak memiliki permasalahan yaitu mulai dari lokasi yang kurang memadai untuk temparkir bus yang mengakibatkan kemacetan, varian rasa yang lebih sedikit dibandingkan dengan Jenang Karomah, dan harga Jenang Mubarak yang dianggap cukup mahal oleh konsumen dibandingkan dengan Jenang Karomah.

Jika konsumen puas dengan merek tersebut dan yakin merek tersebut bagus, konsumen akan lebih cenderung untuk membelinya kembali. Sebaliknya, jika konsumen percaya bahwa merek tersebut bagus dan tidak ragu dengan keputusannya, konsumen tidak akan mempertimbangkan merek lain sebagai pilihan untuk membeli kembali. Pelanggan dapat merasa puas atau tidak puas setelah membeli suatu produk dan mungkin terlibat dalam perilaku pembelian yang memaksa. Pelanggan yang puas akan kembali membeli produk, memuji produk yang mereka beli di depan orang lain, kurang memperhatikan merek dan iklan pesaing, dan membeli produk tambahan dari perusahaan dengan cara yang sama (Kotler, 2017:244).

Adanya minat beli ulang sebagai bukti kepuasan konsumen, maka konsep kepuasan konsumen dan minat beli ulang saling terkait karena adanya salah satu indikator dari minat beli ulang yaitu minat transaksional yang berarti kecenderungan konsumen untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.

Berikut ini tabel data penjualan yang membuktikan adanya minat transaksional dari para konsumen yang telah membeli produk dari Jenang Mubarak dari Tahun 2017-2021 sebagai berikut :

Tabel 1.3

Penjualan Jenang Mubarak Kudus Jawa Tengah (pcs) Tahun 2017-2021

| NO | TAHUN | JUMLAH PENGUNJUNG | TARGET YANG TERCAPAI |
|-------------------------|--------------|------------------------------|---------------------------------|
| 1 | 2017 | 138.758 | 70% |
| 2 | 2018 | 163.682 | 75% |
| 3 | 2019 | 184.587 | 82% |
| 4 | 2020 | 111.794 | 42% |
| 5 | 2021 | 108.384 | 35% |
| Total Pengunjung | | 707.205 | |

Sumber : Jenang Mubarak Kudus Jawa Tengah

Berdasarkan tabel 1.3 di atas terlihat bahwa selama periode 2017 hingga 2021, penjualannya mengalami penurunan pada tahun 2020-2021 pertahunnya. Penurunan penjualan tersebut memberikan indikasi bahwa minat beli ulang konsumen terhadap Jenang Mubarak Kudus berkurang. Berkurangnya minat beli ulang konsumen dikarenakan kepuasan dari konsumen yang menurun. Terjadinya penurunan minat beli ulang dapat dilihat dari penjualan pada tahun 2017 target yang dicapai 70% dengan jumlah pengunjung 138.758, pada tahun 2018 target yang dicapai mengalami kenaikan 5% menjadi 75% dengan jumlah pengunjung 163.682, target penjualan pada tahun 2019 mengalami kenaikan 7% sehingga pada tahun 2019 target yang dicapai

82% dengan jumlah pengunjung 184. 587, pada tahun 2020 target penjualan mengalami penurunan mencapai 40% dari tahun 2019 dengan target penjualan hanya 42% dengan jumlah pengunjung 111. 794, dan pada tahun 2021 target penjualan mengalami penurunan penjualan 7% dari 2020 dengan target penjualan hanya 35% dengan jumlah pengunjung 108.384. Penurunan penjualan terjadi karena menurunnya minat beli ulang konsumen karena harga produk yang agak mahal.

Terdapat perbedaan penelitian (gap research) pada penelitian yang dilakukan oleh Aris, M. (2019), dimana hasil menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Siregar, N., & Elfikri, M. (2022), menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramesti, D. Y., Widyastuti, S., & Riskarini, D. (2021), menyimpulkan bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wilujeng, S., & Mudzakkir, M. F. (2019) hasil penelitian menunjukkan keragaman jenis produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Indomaret di Kecamatan Sukun.

Penelitian yang dilakukan oleh Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020), dimana hasil penelitiannya harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ruffiansah, F.F dan Seno, A.H.D (2020), hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, S., & Marlina, N. (2020), menyimpulkan bahwa hasil penelitian kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, sedangkan penelitian dari Ongkowitzo, T. E. (2022), menyatakan bahwa kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat, R., & Resticha, D. (2019), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rany, S., Idris, M., & Suprihartini, L. (2019), menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan negatif terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Hapsari, B. C., & Astuti, S. R. T. (2022), menyatakan bahwa hasil penelitian keberagaman produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang, sedangkan penelitian dari Hidayat, R., & Resticha, D. (2019), menyatakan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputra, A. B., Ningrum, N. R., & Basri, A. I. (2021), bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E.

(2019). menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang

Saat ini fenomena yang terjadi di perusahaan CV.Mubarokfood Cipta Delicia Kudus adalah banyaknya konsumen yang datang dari luar Kota Kudus ketika berlibur ke Kota Kudus para wisatawan menyempatkan mampir ke pusat oleh-oleh di showroom Jenang Mubarok Kudus, dan untuk pengunjung yang mungkin hanya awalnya berwisata edukasi di museum jenang, ketika pulang mereka tetap akan membawa bingkisan berupa jenang yang beranekaragam produknya untuk dibawa pulang. Persaingan yang sangat kompetitif inilah yang membuat peneliti ingin mengetahui strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Lokasi, Keberagaman Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Jenang Mubarok Kudus ”**.

1 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.1 Objek dalam penelitian ini adalah Jenang Mubarok Kudus

2.2 Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel eksogen adalah faktor lokasi, keberagaman produk, dan harga.
- b. Variabel endogen adalah minat beli ulang.
- c. Variabel intervening adalah kepuasan konsumen.

1.1 Responden dalam penelitian adalah pada konsumen Jenang Mubarok Kudus.

1.2 Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui.

2 Perumusan Masalah

Setiap perusahaan tidak pernah luput dari permasalahan-permasalahan didalam memuaskan konsumen dengan produk yang ditawarkan, dan berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Pengaruh dari lokasi yang sedikit kurang nyaman karena lokasi yang berada pada jalur pertokoan dan sekolahan yang mengakibatkan kemacetan
2. Harga yang dianggap mahal oleh konsumen jika dibandingkan dengan Jenang Karomah dengan harga yang mahal juga terkadang produk tidak sesuai dengan harga.
3. Adanya data penjualan yang ditunjukkan oleh tabel 1.2 yang membuktikan terjadinya minat transaksional pada konsumen yang mengakibatkan berkurangnya minat beli ulang konsumen.
4. Jenang Mubarak memiliki jenis keberagaman produk yang lebih sedikit dari pada Jenang Karomah yaitu Jenang Mubarak memiliki jenis produk 28 sedangkan Jenang Karomah memiliki keberagaman produk yang lebih banyak yaitu 30 jenis produk.
5. Terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh faktor lokasi, keberagaman produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka timbul pertanyaan permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
2. Bagaimana pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli ulang pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli ulang pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
5. Bagaimana pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?
7. Bagaimana pengaruh minat beli ulang terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Jenang Mubarok Kudus?

3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang konsumen pada Jenang Mubarok Kudus.

2. Untuk menganalisis pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh keberagaman produk terhadap kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
6. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan konsumen berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
8. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
9. Untuk menganalisis pengaruh keberagaman produk terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.
10. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen pada Jenang Mubarak Kudus.

4 **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu pedoman bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan adanya minat beli ulang konsumen yaitu lokasi, keberagaman produk, dan harga dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan data informasi untuk perusahaan dalam menentukan sebuah strategi yang berkaitan dengan cara perusahaan meningkatkan usahanya dan cara perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggan serta sebagai suatu sumber yang berharga bagi perusahaan yang berkaitan tentang pengaruh faktor lokasi, keberagaman produk, harga, terhadap minat beli ulang konsumen melalui kepuasan konsumen.