

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Saat ini sektor bisnis mengalami pertumbuhan yang meningkat, salah satunya bisnis makanan beku. *Frozen food* semakin banyak peminantnya karena seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat yang semakin modern. Kebutuhan terhadap makanan yang siap saji, praktis, sehat, dan mudah diolah menjadi faktor meningkatnya pertumbuhan bisnis *frozen food*. Perkembangan *Frozen food* tidak lepas dari kemajuan teknologi di bidang penyimpanan makanan yang memungkinkan makanan lebih tahan lama tanpa kehilangan nilai gizi dan cita rasa aslinya. Kebutuhan akan produk *Frozen food* ini beraneka ragam mulai dari sayuran organik, buah, daging, ikan, makanan utama hingga cemilan. Sehingga produk *Frozen food* ini menawarkan solusi yang memadukan kepraktisan dengan nilai gizi yang terjaga.

Toko *Frozen food* di Kota Lumajang mengalami perkembangan begitu pesat, dibuktikan dengan banyaknya toko *Frozen food* pada data di bawah ini :

**Tabel 1. 1 Data Toko *Frozen food* di Lumajang**

<b>No</b>	<b>Nama Toko</b>	<b>Alamat</b>
1.	Wijaya Pangan	Jl. Kapten Kyai Ilyas No.28, Citrodiwangsan
2.	Denataa <i>Frozen food</i>	Jl. Jendral Haryono No.168, Jogoyudan
3.	Ads <i>Frozen food</i>	Jl. MT Haryono, Jogotrunan
4.	RZ <i>Frozen food</i>	Jl. Nasional No.2, Kebonsari
5.	Pangan Jaya Abadi	Jl. Kapten Suwandal, Citrodiwangsan
6.	UD. Yasin Frozen	Jl. Argopuro No.230 Citrodiwangsan
7.	Sumber Makmur <i>Frozen food</i>	Jl. Veteran No.10, Tompokersan
8.	Asa Maris <i>Frozen food</i>	Jl. Brigjen Katamso blok, Tompokersan
9.	Royal <i>Frozen food</i>	Jl. Panglima Besar Sudirman , Tompokersan
10.	Johar <i>Frozen food</i>	Jl. Mahakam, Jogotrunan
11.	Link Berkah <i>Frozen food</i>	Jl. PB. Sudirman, Tempeh

12.	Oemah <i>Frozen</i>	Desa kebonagung, Sukodono
13.	BA <i>Frozen food</i>	Jl. SP Sudarmono No. 218, Dawuhan Lor
14.	Dzafia <i>Frozen food</i>	Jl. Kalimas, Boreng
15.	Barokah <i>frozen food</i>	Jl Raya Klakah
16.	Jagad Sosis	Jl. Kapten Suwandak, Citrodiwangsan

Sumber : Survei Lapangan

Berdasarkan tabel 1.1 terbukti bahwa terdapat 16 toko *Frozen food* yang ada di Kabupaten Lumajang. Lokasi toko yang menjual produk *Frozen food* tersebar mulai dari wilayah kota sampai kecamatan. Dengan banyaknya toko *Frozen food* yang tersebar di Kabupaten Lumajang, mencerminkan perubahan yang signifikan dalam pola konsumsi masyarakat yang semakin modern dan praktis. *Frozen food* menjadi pilihan yang tepat dan menjadi solusi masyarakat yang punya gaya hidup praktis dan memiliki waktu terbatas untuk menyiapkan makanan. Dengan aktivitas sehari-hari masyarakat yang kian padat, adanya produk *Frozen food* ini sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dengan waktu yang lebih ekonomis. Faktor lain yang mendukung semakin banyaknya toko *Frozen food* yaitu meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya kebersihan dan keamanan pangan. Produk *Frozen food* diproduksi dengan standar kebersihan tinggi, yang dapat memberikan rasa aman kepada konsumen.

Keberadaan toko *Frozen food* di Lumajang semakin berkembang dan meningkat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang mengutamakan kepraktisan, sehingga toko *Frozen food* menjadi salah satu pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makanan. Hal ini karena kesibukan aktivitas sehari-hari yang membuat masyarakat mencari solusi praktis dan efisien. Selain itu variasi produk yang semakin beragam juga menjadi daya tarik sendiri. Toko *Frozen food* di Lumajang menyediakan beragam produk *Frozen food* yang

dibutuhkan oleh masyarakat. Produk *Frozen food* ini juga mempunyai masa simpan lebih lama dari pada produk segar, sehingga dapat membantu konsumen dalam mengurangi frekuensi dalam berbelanja serta dapat meghemat waktu. Fenomena ini menunjukkan sektor bisnis makanan terus beradaptasi dan berkembang sesuai kebutuhan masyarakat. Tidak hanya itu, kemudahan dalam mendapatkan produk *Frozen food* juga menjadi faktor penting yang mendukung pertumbuhan bisnis *Frozen food* di Lumajang. Hal ini terlihat dari adanya toko *Frozen food* di berbagai lokasi strategis, sehingga konsumen dapat dengan mudah membeli produk *Frozen food* tanpa harus menempuh jarak yang jauh. Pada penelitian ini akan dilakukan pada empat toko yaitu yang pertama Toko Wijaya Pangan yang beralamat di Jl. Kapten Kyai Ilyas no.28 Citrodiwangsan, yang kedua toko denataa *Frozen food* yang beralamat di Jl. Jendral Haryono, no168 Jogoyudan, yang ketiga Toko Rz *Frozen food* yang beralamat di Jl. Nasional no.2 Kebonsari, dan yang keempat Toko dzafia *Frozen food* yang beralamat di Jl. Kalimas Boreng. Terdapat perbedaan dalam keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan dari empat toko *Frozen food* di Lumajang dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1. 2 Perbedaan Toko *Frozen food*

No.	Nama Toko	Keragaman Produk	Lokasi	Kualitas Pelayanan
1.	Wijaya Pangan	Produk <i>Frozen food</i> toko wijaya pangan sangat beragam mulai dari daging beku, makanan cepat saji dengan pilihan merk yang beragam dan tersedia produk <i>Frozen food</i> eceran yang bisa	Lokasi toko wijaya pangan berada di dalam kota Jl. Kapten Kyai Ilyas no.28 Citrodiwangsan. Dekat dengan pusat perbelanjaan dan mudah di akses.	Pelayanan pada toko wijaya pangan sangat cepat karena jumlah karyawan yang banyak serta profesional dengan menggunakan seragam yang rapi.Kenyamanan dan keamanan

		ditimbang sesuai kebutuhan.		konsumen juga terjaga dengan adanya satpam
2.	Denataa <i>Frozen food</i>	Produk <i>Frozen food</i> toko denataa <i>Frozen food</i> sangat lengkap mulai dari daging beku (ayam, sapi, ikan), makanan laut, sayuran, juga tersedia produk makanan siap saji dari UMKM dan produk rumahan.	Lokasi toko denataa <i>Frozen food</i> berada di dalam kota Jl. Jendral Haryono, no168 Jogoyudan. Terletak dekat dengan pusat kota sehingga mudah di akses oleh konsumen.	Pelayanan pada toko denataa <i>Frozen food</i> melayani dengan ramah dan sangat sigap ketika konsumen bingung terhadap produk yang dibutuhkan.
3.	RZ <i>Frozen food</i>	Produk <i>Frozen food</i> toko RZ <i>Frozen food</i> tersedia produk yang lengkap dan beragam dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Juga tersedia buah beku seperti durian, strawberry yang jarang ada di toko lain.	Lokasi toko RZ <i>Frozen food</i> tidak berada di dalam kota yaitu di Jl. Nasional no.2 Kebonsari. Namun berada di pingir jalan raya antar kota sehingga mudah di ketahui lokasi tokonya.	Karyawan toko RZ <i>Frozen food</i> sudah memiliki bagian dan tugas masing-masing sehingga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk dan sigap membantu konsumen saat dibutuhkan.
4.	Dzafia <i>Frozen food</i>	Toko Dzafia <i>Frozen food</i> menyediakan produk yang paling sering di beli oleh masyarakat baik yang dikonsumsi pribadi maupun untuk di jual lagi seperti nugget, aneka macam sosis, bakso, dan lain – lain.	Lokasi toko Dzafia <i>Frozen food</i> tidak berada di dalam kota yaitu di Jl Kalimas Boreng. Namun berada di permukiman pada penduduk sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen lokal.	Karyawan selalu siap sedia untuk menjawab pertanyaan, memberikan rekomendasi, dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan.

Sumber : Peneliti 2025

Semakin tingginya permintaan terhadap produk *Frozen food* memicu persaingan yang semakin ketat pula karena semakin banyaknya toko yang menyediakan produk *Frozen food* ini. Strategi yang dapat dilakukan supaya sebuah

bisnis dapat bersaing yaitu dengan mempertahankan konsumen melalui minat pembelian ulang. Menurut Priansa (2017:169) minat beli ulang adalah prilaku yang terjadi kepada suatu objek, yang menunjukkan keinginan konsumen agar membelinya kembali. Hal ini terjadi ketika seorang konsumen menerima respon positif dari tindakan yang telah dilakukan sebelumnya, dengan demikian pemikiran positif tentang apa yang diterimanya akan mengarahkan untuk membeli kembali. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen memiliki minat pembelian ulang adalah keragaman produk yang ditawarkan. Keragaman produk merujuk ke variasi produk yang tersedia baik dari segi merek, jenis, ukuran, dan harga. Konsumen lebih tertarik memilih toko yang menyediakan produk beragam pilihan yang sesuai dengan yang dibutuhkan. Keragaman produk memberikan keuntungan strategis bagi sebuah usaha yaitu dapat meningkatkan daya tarik sendiri bagi sebuah toko yang bisa menyediakan produk yang beragam dan dapat memenuhi berbagai segmen pasar. Selain itu dengan keragaman produk dapat meningkatkan rasa kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Serta membuka peluang konsumen memiliki niat untuk kembali membeli di masa yang akan datang.

Keragaman produk *Frozen food* pada Toko Wijaya Pangan sangat beraneka ragam dan mampu memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Toko Wijaya Pangan menyediakan berbagai jenis daging beku mulai dari daging ayam, sapi, ikan dalam bentuk potongan yang praktis seperti fillet, dadu yang memudahkan konsumen untuk mengolahnya. Tidak hanya itu Toko Wijaya Pangan juga menawarkan aneka makanan olahan siap saji seperti nugget dari berbagai macam merek, aneka sosis yang beraneka ragam. Pada Toko Wijaya Pangan, konsumen dapat membeli dari

jenis produk *Frozen food* dalam jumlah yang kecil atau dalam ukuran atau takaran yang bisa disesuaikan sesuai kebutuhan. Hal ini memberikan *fleksibilitas* bagi konsumen yang membutuhkan porsi sedikit tanpa harus mengambil kemasan yang berukuran besar sehingga lebih hemat dan praktis. Toko lain yang juga menyediakan berbagai macam produk makanan beku yang lengkap yaitu Toko Denataa *Frozen food* dengan memiliki 24 *freezer* atau tempat penyimpanan produk *frozen food*. Hal ini dapat menunjukkan bahwa dengan fasilitas yang mewadai, stok produk yang tersedia di toko Denataa *Frozen food* tidak hanya banyak tetapi juga beragam serta terjaga kualitasnya. Dengan kelengkapan produk yang ditawarkan di Toko Denataa *Frozen food* dapat memberikan keuntungan bagi para konsumen yang mencari berbagai jenis makanan beku hanya dalam satu tempat dan tidak perlu lagi berpindah-pindah toko untuk memenuhi kebutuhannya.

Toko Dzafia *Frozen food* juga salah satu toko yang menyediakan berbagai macam produk *Frozen food* yang cukup lengkap. Keragaman produk di Toko Dzafia *Frozen food* terus mengikuti perkembangan dengan menambah varian produk yang sesuai dengan selera konsumen. Produk yang tersedia di Toko Dzafia *Frozen food* dapat memenuhi kebutuhan konsumen baik untuk konsumsi pribadi maupun untuk kebutuhan usaha. Tidak kalah lengkap dari beberapa toko diatas, Toko RZ *Frozen food* juga dikenal dengan salah satu pusat penjualan makanan beku yang lengkap dan terpercaya. Berbagai macam produk makanan beku tersedia di RZ *Frozen food*. Dengan kapasitas penyimpanan yang besar, Toko RZ *Frozen food* dapat menyediakan produk dalam jumlah yang besar dan dapat menjaga

kualitas dari sebuah produk. Toko RZ *Frozen food* terus melakukan inovasi dengan menambah varian produk sesuai dengan tren dan selera pasar.

Pada penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Salfina & Fernando (2023), Haris *et al* (2022), Yanti & Ferayani (2023) menyatakan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang. Namun terdapat hasil yang berbeda pada penelitian oleh Musarofah (2020). Dari keempat penelitian tersebut terdapat perbedaan yang menunjukkan hasil dari penelitian terdahulu yaitu tiga penelitian menyatakan keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dan satu penelitian terdahulu memaparkan keanekaragaman produk tidak ada pengaruhnya terhadap minat pembelian ulang.

Selain keragaman produk, faktor lokasi toko juga menjadi kunci keberhasilan dalam bisnis *Frozen food*, lokasi strategis memberikan kemudahan akses bagi konsumen, dari segi jarak, kenyamanan dan waktu tempuh. Konsumen cenderung mencari toko *Frozen food* yang mudah dijangkau, aman, dan nyaman. Selain itu, jika dekat dengan pusat kota, pusat keramaian, tersedia tempat parkir yang luas, memungkinkan toko lebih sering dikunjungi dan mudah dikenal. Konsumen yang puas dengan lokasi toko cenderung memiliki minat beli ulang yang lebih tinggi. Lokasi pada Toko Wijaya Pangan cukup strategis yang berada di dalam kota yaitu di Jl. Kapten Kyai Ilyas No.28, Citrodiwangsan, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai wilayah. Letaknya yang berada di lingkungan perbelanjaan memberikan keuntungan tersendiri bagi Toko Wijaya Pangan. Area ini biasanya ramai dengan aktivitas jual beli, sehingga dapat menarik konsumen yang sedang

membutuhkan produk makanan beku dapat menemukan dengan mudah toko Wijaya Pangan.

Selain itu lokasi Toko Denataa *Frozen food* juga berada di dalam kota yaitu di Jl. Jendral Haryono No.168, Jogoyudan. Dengan lokasi yang berada di perkotaan memudahkan serta memberikan keuntungan tersendiri bagi konsumen dari wilayah sekitar tanpa harus menempuh jarak yang jauh. Keuntungan yang di peroleh oleh Toko Denataa *Frozen food* yang berlokasi di dalam kota adalah kemudahan pemasaran dan promosi. Dengan lalu lintas yang padat dan jumlah penduduk yang tinggi toko dapat lebih mudah dikenali oleh calon konsumen. Toko RZ *Frozen food* tidak berlokasi di wilayah kota yaitu di Jl. Nasional No.2, Kebonsari. Meskipun tidak berada di wilayah kota namun lokasi toko berada di jalan raya utama. Lokasi ini memberikan banyak keuntungan strategis bagi Toko RZ *Frozen food*, terutama dalam hal aksesibilitas dan jangkauan pasar. Lokasi RZ *Frozen food* memiliki lalu lintas yang tinggi dengan kendaraan yang melintas setiap hari, baik dari dalam kota maupun luar kota hal ini memberikan peluang besar untuk menarik konsumen dari berbagai daerah yang membutuhkan makanan beku yang praktis. Dengan demikian, meskipun tidak berlokasi di pusat kota, RZ *Frozen food* tetap memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan karena posisi yang strategis di jalur utama yang ramai dan mudah di jangkau. Lokasi yang juga berada di luar perkotaan yaitu Toko Dzafia *Frozen food* yang beralamat di Jl. Kalimas Boreng. Toko ini menjadi pilihan utama bagi masyarakat sekitar yang membutuhkan produk makanan beku tidak perlu pergi jauh ke kota. Akses jalan menuju Toko Dzafia *Frozen food* relatif lebih lenggang dengan jalan di perkotaan. Dengan lingkungan yang nyaman dan akses yang cukup

baik dapat menjadi pilihan yang ideal bagi konsumen yang mengutamakan kenyamanan dalam berbelanja.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hemalia & Asnur (2023), Yanti & Ferayani (2023), Alfaini *et al* (2022), dan Algazali *et al* (2023) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Namun terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Welsa *et al* (2021) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif terhadap minat beli ulang. Maka terdapat perbedaan dari ke enam penelitian tersebut yaitu lima penelitian terdahulu memaparkan lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang dan satu penelitian terdahulu yang menyatakan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Pengalaman positif dari kualitas pelayanan yang sudah diterima dan kepuasan dari pelayanan di sebuah toko bisa menjadi peluang agar konsumen melakukan pembelian ulang. Konsumen ketika dihargai cenderung untuk lebih percaya dan tertarik untuk bertransaksi lagi. Meningkatkan kualitas pelayanan bukan hanya soal melakukan pelayanan terbaik, namun juga membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Sebuah bisnis dituntut untuk terus melakukan inovasi dan perbaikan dalam memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan dengan memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan dari Toko Wijaya Pangan sangat mengutamakan kenyamanan, kepuasan, dan keamanan konsumen. Salah satu keunggulan dari Toko Wijaya Pangan dalam memberikan pelayanan yang terbaik adalah adanya satpam yang bertugas untuk memastikan kemanan dan kenyamanan konsumen saat berbelanja serta membantu mengatur kelancaran aktivitas di Toko Wijaya Pangan. Selain itu karyawan juga

menunjukkan profesionalitas dapat dilihat dari penggunaan baju seragam yang senada. Seragam yang di gunakan karyawan dapat membantu konsumen mengenali karyawan jika membutuhkan bantuan.

Kualitas pelayanan karyawan dari Toko Denataa *Frozen food* dengan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sikap yang sopan dan ramah menciptakan suasana yang nyaman dalam berbelanja. Toko Denataa *Frozen food* juga menerima pesanan konsumen melalui WhatsApp, sehingga dapat membantu konsumen yang memiliki kesibukan dapat menghemat waktu dan tenaga untuk mendapatkan produk *Frozen food* atau memastikan ketersediaan produk sebelum datang ke toko. Pada toko RZ *Frozen food* kualitas pelayanan di berikan dengan sikap sopan, ramah, serta profesional. Karyawan sigap membantu konsumen yang bingung tentang produk makanan beku. Karyawan selalu siap sedia untuk menjawab pertanyaan, memberikan rekomendasi, dan memastikan bahwa pelanggan mendapatkan pengalaman berbelanja yang nyaman dan menyenangkan. Toko Dzafia *Frozen food* juga melakukan hal yang sama yaitu selalu menghadapi konsumen dengan sikap sopan dan ramah. Memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang dicari oleh konsumen dan sigap membantu konsumen yang mengalami kesulitan atau kebingungan.

Penelitian terdahulu oleh Musarofah (2020), dan Alfaini *et al* (2022) mempunyai hasil kualitas pelayanan tidak berdampak pada minat beli karena ini kualitas pelayanan tidak jadi alasan seseorang untuk pembelian kembali. Namun, ada hasil yang berbeda oleh Algazali *et al* (2023), Yanti & Ferayani (2023), Hemalia & Asnur (2023), Tania *et al* (2022), dan Badriawan & Nona (2023) menyatakan

lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang. Maka ada hasil berbeda yakni dua penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan lima penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang konsumen pada toko *Frozen food* di Lumajang. Penelitian ini memiliki perbedaan yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini dilakukan pada empat tempat lokasi, sedangkan pada penelitian terdahulu hanya pada satu tempat lokasi penelitian. Selain itu perbedaan dalam periode waktu, konsumen, dan dinamika sosial yang mengalami perubahan signifikan antara situasi sosial masa lalu dan masa kini. Ada ketidakkonsistensi hasil dari penelitian terdahulu terkait dengan keragaman produk, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi hasil-hasil penelitian yang belum konsisten .

Berdasarkan uraian pada bagian latar belakang, peneliti ingin melaksanakan penelitian ulang dari penelitian terdahulu tentang variabel keragaman produk, lokasi, kualitas pelayanan, dan minat beli ulang. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti mengambil judul “**Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko *Frozen food* di Lumajang**”.

## 1.2.Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi ruang lingkupnya agar pembahasan tidak terlalu luas dan fokus pada sasaran yang telah ditentukan. Batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini dalam bidang manajemen pemasaran yang berhubungan dengan perilaku konsumen dalam hal minat beli ulang.
2. Variabel penelitian in(keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan) yang menjadi variabel independen, dan (minat beli ulang) yang menjadi variabel dependen, digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen dan menganalisis bagaimana keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang.
3. Ruang lingkup lokasi penelitian yaitu hanya dilakukan pada toko *Frozen food* yang ada di daerah Lumajang dengan pengambilan sampel penelitian pada empat toko.
4. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja pada empat toko *Frozen food* di Lumajang.

## 1.3. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang ?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada toko *Frozen food* di Lumajang.

#### **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang terkait.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian memberi pengetahuan tentang manajemen pemasaran dalam hal perilaku konsumen yang berkaitan dengan pengaruh keragaman produk, lokasi, kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, bertujuan agar memperoleh pemahaman dan pengetahuan baru dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya mengenai pengaruh keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang. Selain

itu sebagai syarat untuk memperoleh gelar S1 pada Institut Teknologi Dan Bisnis ITB Widya Gama Lumajang.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini, bertujuan agar memberikan sebuah informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya tentang hasil penelitian yang berkaitan dengan keragaman produk, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang.

## 3. Bagi Toko *Frozen food* di Lumajang

Hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor – faktor yang mempengaruhi minat beli ulang, dan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan bisnis yang lebih efektif.

