

## ABSTRAK

Tiga Negeri Music House adalah toko alat musik yang berdiri dari tahun 1986. Pada awalnya Tiga Negeri Music House merupakan toko kecil didalam rumah yang menjual alat – alat musik bekas khususnya gitar dan keyboard. Pada tahun 1992 Tiga Negeri Music House menjadi salah satu distributor GEM, perusahaan keyboard dari italia, 4 tahun kemudian Tiga Negeri Music House berhasil menjadi salah satu distributor perusahaan audio equipment Behringer. Saat ini Tiga Negeri Music House telah resmi menjadi distributor 14 perusahaan alat musik internasional, dengan memiliki 3 toko salah satunya di Bandung.

Tujuan penelitian laporan penelitian yang pertama untuk mengetahui gambaran umum Toko Tiga Negeri Music House Bandung. Kedua, untuk mengetahui lokasi tempat usaha pada Toko Tiga Negeri Music House. Ketiga, untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Toko Tiga Negeri Music House. Keempat, untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen di Toko Tiga Negeri Music House. Kelima, untuk mengetahui hambatan dan upaya untuk mengatasi hambatan terhadap kondisi lokasi tempat usaha Toko Tiga Negeri Music House Bandung. Metode penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif. Teknik pengumpulan data bersifat observasi partisipan, wawancara dan angket melalui Google Form sebanyak 80 responden Untuk analisis datanya digunakan uji validitas dengan penggunaan MSI (methode Succes of Interval) dimana data dengan skala ordinal harus diintervalkan, uji reabilitas, uji regresi liner sederhana, uji koefisien korelasi pearson, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara pengembangan produk terhadap tujuan penjualan kue menurut uji regresi linier sederhana sedangkan menurut analisis koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0.738 dengan N=80. Artinya antara lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang sedang. Selain itu didapat pula koefisien determinasi sebesar 54,46 %. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh dengan kepuasan konsumen dan sisanya 45,54% adalah faktor lain seperti: kondisi ekonomi masyarakat, promo diskon dihari-hari tertentu, dan lain lain.

Saran dari peneliti yaitu satu sebaiknya Toko Tiga Negeri Music House Memberikan tambahan petunjuk arah jalan, Lahan parkir roda empat ditambah, dan menyediakan ruang tunggu yang luas. Sebaiknya Toko Tiga Negeri Music House lebih cepat tanggap dalam mengatasi masalah agar tidak mengecewakan konsumen.

**Kata Kunci: Kepuasan konsumen, Lokasi usaha.**

## **ABSTRACT**

*Tiga Negeri Music House is a musical instrument store that was founded in 1986. At first Tiga Negeri Music House was a small shop in the house that sold used musical instruments, especially guitars and keyboards. In 1992 Tiga Negeri Music House became one of the distributors of GEM, a keyboard company from Italy, 4 years later Tiga Negeri Music House succeeded in becoming one of the distributors of Behringer's audio equipment company. Currently Tiga Negeri Music House has officially become the distributor of 14 international musical instrument companies, with 3 stores, one of which is in Bandung.*

*The research objective of the first research report is to find out the general description of the Tiga Negeri Music House Bandung Store. Second, to find out the location of the business place at the Tiga Negeri Music House Store. Third, to determine consumer satisfaction at the Tiga Negeri Music House Store. Fourth, to determine the effect of business location on customer satisfaction at the Tiga Negeri Music House Store. Fifth, to find out the obstacles and efforts to overcome obstacles to the location of the business location of the Tiga Negeri Music House Bandung Store. The research method used is quantitative. Data collection techniques are participant observation, interviews and questionnaires via Google Form as many as 80 respondents. For data analysis, validity tests are used using the MSI (Success of Interval method) where data with an ordinal scale must be intervald, reliability test, simple linear regression test, correlation coefficient test pearson, and test the coefficient of determination.*

*Based on the data obtained from the results of the study, it shows that there is a positive influence between product development on the purpose of selling cakes according to a simple linear regression test while according to the Spearman Rank correlation coefficient analysis of 0.738 with  $N = 80$ . This means that between business location and consumer satisfaction has a moderate relationship. In addition, it also obtained a coefficient of determination of 54.46%. This shows that the location of the business has an influence on consumer satisfaction and the remaining 45.54% is due to other factors such as: the economic conditions of the community, promo discounts on certain days, and others.*

*Suggestions from researchers, one should be Toko Tiga Negeri Music House. Provide additional road directions, add four-wheeled parking areas, and provide a large waiting area. We recommend that Tiga Negeri Music House Store be more responsive in dealing with problems so as not to disappoint consumers.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, Business location.*

## ABSTRAK

*Tiga Negeri Music House nyaéta toko alat musik anu diadegkeun dina taun 1986. Mimitina Tiga Negeri Music House mangrupa toko leutik di imah anu ngajual alat musik dipaké, utamana gitar jeung keyboard. Taun 1992 Tiga Negeri Music House jadi salah sahiji distributor GEM, perusahaan keyboard ti Italia, 4 taun saterusna Tiga Negeri Music House junun jadi salah sahiji distributor perusahaan alat audio Behringer. Ayeuna Tiga Negeri Music House parantos resmi janten distributor 14 perusahaan alat musik internasional, kalayan 3 toko, salah sahijina di Bandung.*

*Tujuan panalungtikan dina laporan panalungtikan kahiji nya éta pikeun mikanyaho gambaran umum Toko Musik Rumah Musik Tiga Negeri Bandung. Kadua, pikeun manggihan lokasi tempat usaha di Toko Rumah Musik Tiga Negeri. Katilu, nangtukeun kasugemaan konsumen di Toko Rumah Musik Tiga Negeri. Kaopat, nangtukeun pangaruh lokasi usaha kana kasugemaan konsumén di Toko Tiga Negeri Music House. Kalima, pikeun mikanyaho hambatan jeung usaha pikeun ngungkulan hambatan lokasi lokasi usaha Toko Tiga Negeri Music House Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data nya éta obsérvasi partisipan, wawancara jeung angkéng ngaliwatan Google Form saloba 80 réspodén. Pikeun analisis data digunakeun uji validitas ngagunakeun MSI (Success of Interval method) dimana data kalawan skala ordinal kudu interval, uji réliabilitas, basajan. uji régrési liniér, uji koefisien korelasi pearson, jeung uji koefisien determinasi.*

*Dumasar kana data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, nuduhkeun aya pangaruh anu positip antara pamekaran produk kana tujuan penjualan kueh dumasar kana uji régrési linier basajan sedengkeun nurutkeun analisis koefisien korelasi Spearman Rank 0,738 kalayan  $N = 80$ . Ieu ngandung harti yén antara lokasi bisnis jeung kapuasan konsumen boga hubungan sedeng. Sajaba ti éta, ogé meunang koefisien determinasi 54,46%. Hal ieu nuduhkeun yén lokasi usaha miboga pangaruh kana kasugemaan konsumen sarta sésana 45,54% téh alatan faktor séjén saperti: kaayaan ékonomi masarakat, diskon promo dina poé-poé nu tangtu, jeung sajabana.*

*Saran ti para panalungtik, salah sahijina kudu Toko Tiga Negeri Music House, nyadiakeun tambahan arah jalan, nambahan tempat parkir roda opat, jeung nyadiakeun tempat tunggu anu lega. Kami nyarankeun toko Tiga Negeri Music House langkung tanggap dina ngungkulan masalah supados henteu nguciwakeun konsumen*

**Kata Kunci: Kepuasan konsumen, Lokasi usaha.**