



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GROSIR
SAIDAH DI DESA ROKAN BARU KECAMATAN
HALONGONAN KABUPATEN PADANG
LAWAS UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**ROSMAYANI HARAHAHAP
NIM. 17 402 00141**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2022



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GROSIR
SAIDAH DI DESA ROKAN BARU KECAMATAN
HALONGONAN KABUPATEN PADANG
LAWAS UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

OLEH:

**ROSMAYANI HARAHAP
NIM: 17 402 00141**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Dr. Budi Gautama Siregar, S. Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2022**

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ROSMAYANI HARAHAHAP**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 23 Juni 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsian **Rosmayani Harahap yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I



Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 197907202011011005

PEMBIMBING II



Ja'far Nasution, M.E.I
NIDN. 2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ROSMAYANI HARAHAHAP
NIM : 17 40200141
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongnan Kabupaten Padang Lawas Utara**

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 23 Juni 2022
Pembuat Pernyataan,



ROSMAYANI HARAHAHAP
NIM. 17 402 00141

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ROSMAYANI HARAHAHAP
Nim : 17 407 00141
Program studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif*(*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya Ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara** Dengan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif* ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*),merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 23 Juni 2022
Yang menyatakan,



ROSMAYANI HARAHAHAP
NIM. 17 407 00141



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ROSMAYANI HARAHAP
NIM : 17 402 00141
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870413 201903 2 011

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870413 201903 2 011

Sry Lestari, M.E.I
NIP. 19890505 201903 2 008

Zulaika Matondang, M.Si
NIDN. 2017058302

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis / 30 Juni 2022
Pukul : 12.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 70 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,41
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keouasan Konsumen Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara**

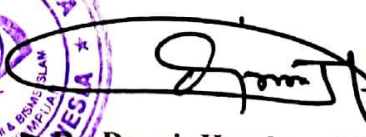
NAMA : **Rosmayani Harahap**

NIM : **17 402 00141**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, Juni 2022
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Rosmayani Harahap

Nim : 17 402 00141

Jusul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tanggapan konsumen yang mengatakan bahwa harga pada grosir Saidah menentukan harga yang relatif mahal 100-200 rupiah, sehingga tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Kemudian kualitas produk juga pada grosir Saidah menawarkan yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen karena produk pada grosir Saidah sering mengalami kerusakan pada produk, baik itu pada sayur-sayuran dan kemasan produk tersebut. Dan lokasi juga sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen pada grosir Saidah, karena lokasi pada grosir Saidah memiliki lokasi yang tidak luas sehingga ketika hendak memarkirkan kendaraan akan sulit apalagi ketika pemasokan barang. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Tujuan masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Pembahasan pada penelitian berkaitan dengan harga, kualitas produk, lokasi dan kepuasan konsume. Sehubungan dengan hal itu pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, lokasi dan kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner/angket dengan jumlah sampel 74 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampling jenuh. Analisis data yang digunakan uji, validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif statistik, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji parsial (t), uji simultan (uji F), uji koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Sedangkan harga dan lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Sedangkan secara simultan variabel harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Lokasi, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Kabupaten Padang Lawas Utara.”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr.Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Bapak Dr. Budi Gautama Siregar S.Pd., M.M, selaku Pembimbing I dan Bapak Ja'far Nasution, M.E.I selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
6. Teristimewa saya Ucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta Ayahanda Alm. Marahalom Harahap dan Ibunda tercinta Almh. Nur Cahaya Siregar yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberi dukungan moral dan material, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi

kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Abang tercinta Asbin Harahap, Kamin Harahap, Gunung Harahap, Abdul Molok Harahap dan Kakak tercinta Siti Amsah Harahap, Na'lim Harahap dan Nur Isnaini Harahap yang tak bosan memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti semoga semuanya sukses dan selalu diridhoi Allah SWT.

7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat tercinta Suryani Riska Munthe, Ayu Anggina Munthe, Winda Rahmadani Siregar, Saskiatul Fitria Harahap, dan Nurullisa Siregar dan Maya Adelina Siregar yang selalu memberikan motivasi dan semangat serta dukungan dalam penyelesaian peneliti. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah Manajemen Bisnis-3 Mahasiswa Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk sahabat-sahabat peneliti Sakinah Sihombing, Dinda Anggarani, Asrina Pulungan, Yulia Safitri Nasution, yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Mei 2022
Peneliti,

ROSMAYANI HARAHAHAP
NIM: 17 402 0014

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonemkonsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambing nya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ي	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis satas
.....ي	Kasrah dan ya	ī	I dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua yaitu:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat tharkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. KataSandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﻻ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antarkata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD,

diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arab nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan ke fasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab- Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah.....	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	12
H. Sistematika Pembahasan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI	
A. KerangkaTeori	15
1. Kepuasan Konsumen.....	15
a. Pengertian Kepuasan konsumen	15
b. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen...17	
c. Elemen Kepuasan Konsumen	18
d. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	19
e. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam	20
2. Harga	23
a. Pengertian Harga	23
b. Tujuan Penetapan Harga.....	25
c. Situasi Harga dan Faktor yang Mempengaruhinya.....	26
d. Indikator Harga.....	26
3. Kualitas Produk.....	27
a. Pengertian Kualitas Produk.....	27
b. Strategi Kualitas Produk.....	28
c. Indikator Kualitas Produk	30
4. Lokasi.....	30
a. Pengerian Lokasi.....	30

b. Penentuan Lokasi Usaha.....	31
c. Strategi Lokasi.....	32
d. Penentuan Lokasi.....	33
e. Indikator Lokasi.....	35
5. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
6. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
7. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	38
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir.....	45
D. Hipotesis	46

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
B. Jenis Penelitian.....	48
C. Populasi dan Sampel.....	48
1. Populasi.....	48
2. Sampel.....	49
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	50
1. Wawancara	50
2. Angket	51
3. Observasi.....	52
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reabilitas	53
F. Analisis Data.....	53
1. Analisis Deskriptif Statistik.....	53
2. Uji Normalitas	54
G. Uji Asumsi Klasik	54
1. Uji Multikolinearitas.....	54
2. Uji Heteroskedastisitas	55
H. Uji Hipotesis	56
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
2. Uji Parsial (Uji t)	56
3. Uji Simultan (Uji F).....	57
I. Analisis Regresi Berganda	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
B. Hasil Uji validitas dan Reabilitas	61
C. Hasil Analisis Data.....	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
E. Keterbatasan Penelitian.....	79

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	80
B. Saran	81

**DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Defenisi Opersinal Variabel..... 8
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu..... 39
Tabel III.1	populasi penelitian 48
Tabel III.2	Pemberian Skor Pertanyaan Responden 50
Tabel III.3	Kisi-kisi Angket..... 51
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas Harga 60
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk 61
Tabel IV.3	Hasil Uji Validitas Lokasi 61
Tabel IV.4	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen 62
Tabel IV.5	Hasil Uji Reliabilitas 63
Tabel IV.6	Hasil Uji Deskriptif Statistik..... 64
Tabel IV.7	Hasil Uji Normalitas 64
Tabel IV.8	Hasil Uji Multikolinearitas..... 65
Tabel IV.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas 66
Tabel IV.10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda 67
Tabel IV.11	Hasil Uji t..... 69
Tabel IV.12	Hasil Uji F..... 70
Tabel IV.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil Validasi Angket
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Tabulasi Angket
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 : Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan ketika kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi. Kepuasan konsumen tergantung pada kualitas barang tersebut yang diberikan pelanggan yang diinginkan, sehingga jaminan kualitas adalah prioritas utama berlaku untuk setiap perusahaan dan saat ini digunakan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.¹

Kepuasan konsumen pada hakekatnya mencakup sikap, dan rasa senang dengan hasil perbandingan yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadikan hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumen, sehingga menciptakan awal yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen dan memberikan informasi yang positif terhadap produk kita sehingga dapat menguntungkan perusahaan.²

Grosir Saidah merupakan Salah satu yang berkembang dibidang usaha dagang yang menjual sembako dan berbagai kebutuhan-kebutuhan lainnya. Grosir Saidah berada di Desa Rokan Baru Kecamatan

¹Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Qiara Media, 2019), Hlm. 132.

²Didin Fatihudin And M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Pengan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), Hlm. 18.

Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yang bergerak pada bulan Juni 2006.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah harga, kualitas produk, kualitas layanan, lokasi, emosi dan biaya. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada grosir Saidah bahwa, hal yang berpengaruh dalam mencapai tingkat kepuasan konsumen adalah harga, kualitas produk dan lokasi. Sebagian besar konsumen yang merasa puas dengan harga, kualitas produk dan lokasi pada grosir Saidah. Sedangkan sebagian konsumen merasa tidak puas terutama pada harga dan kualitas produk pada grosir Saidah tersebut.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan oleh penelitian diantaranya, menurut Eva mengatakan bahwa dia merasa puas dengan produk yang ada, akan tetapi ada beberapa produk yang kurang baik misalnya ada yang lecet pada bagian sayur-sayuran kadang ada yang busuk.³ Hal ini yang akan perlu diperhatikan oleh grosir Saidah karena dengan kualitas yang baik akan lebih membuat konsumen merasa puas dan ingin terus berbelanja di grosir Saidah.

Sedangkan oleh ibu Dermiani mengatakan bahwa dia merasa puas dengan harga yang relatif mahal walaupun kualitasnya kurang bagus dan dia akan merekomendasikan kepada teman-temannya.⁴ Hal ini yang harus dipertimbangkan bagi grosir Saidah karena harga yang tinggi dan berkualitas yang rendah akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

³Eva, Hasil Wawancara Konsumen Grosir Saidah, Agustus 2021.

⁴Dermiani, Hasil Wawancara Konsumen Grosir Saidah, Agustus 2021.

Sedangkan bapak Nuar sebagai pelanggan tetap mengatakan bahwa dia merasa puas berbelanja di grosir Saidah tidak ada keluhan baik pada harga, kualitas produk dan lokasi sehingga dia tidak merasa kecewa dengan apa yang diharapkannya.⁵

Dari wawancara yang telah dilakukan ini menunjukkan timbulnya hasil rasa puas konsumen dalam membeli produk-produk dengan harga yang relatif murah yang sesuai dengan kualitas produk dan lokasi yang strategis, aman dan nyaman. Apabila ini semua terpenuhi dengan baik maka kepuasan konsumen akan sesuai dengan harapan yang diinginkan,

Harga merupakan salah satu alat pemasaran utama dalam pengambilan keputusan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan. Dalam suatu usaha, penentuan harga merupakan suatu kewajiban yang besarnya harus disesuaikan dengan kemampuan target pasar yang telah ditentukan.⁶

fenomena yang peneliti temui pada grosir Saidah terkait dengan variabel harga yaitu grosir Saidah ini menetapkan harga, dengan harga yang relatif mahal 100-200 rupiah dibandingkan dengan grosir-grosir lainnya tetapi hal tersebut tidak mengurangi minat konsumen untuk berbelanja di grosir Saidah ini. Karena grosir Saidah ini menerima *cash bone* dari konsumen. Hal inilah yang membuat konsumen tetap memilih untuk membeli produk atau barang di grosir Saidah tersebut. Selain itu

⁵Nuar, Konsumen Grosir Saidah, Agustus 2021.

⁶Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 119.

grosir Saidah ini tidak pernah kekosongan barang atau produk ketika konsumen ingin membeli, karena grosir Saidah selalu memiliki persediaan barang. Hal inilah yang menjadi tolak ukur konsumen untuk selalu atau setia berbelanja di grosir Saidah.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.⁷ kualitas produk ini juga merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang dapat diandalkan dalam mengembangkan suatu keberhasilan untuk menghasilkan produk yang unggul. Dengan kualitas yang baik dan terjamin maka produk akan senantiasa menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk kita, sehingga akan melakukan pembelian ulang terhadap produk.

Tetapi hal lain dalam fenomena ini terletak pada kualitas produk di grosir Saidah yang mana dalam grosir ini sering mengalami kerusakan pada produk sayur-sayuran dan pada kemasan produk lainnya, sehingga konsumen merasa tidak puas dengan kualitas produk pada grosir Saidah. Hal tersebut bertolak belakang dengan teori kualitas produk yang menyatakan bahwa suatu produk dikatakan berkualitas jika memiliki daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dan pengoperasian.

Lokasi adalah tempat atau wilayah dimana pedagang menjualkan barang. Lokasi yang memadai membuat minat berbelanja konsumen

⁷Slamet Riyadi, *Akuntansi Manajemen* (Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), hlm. 101.

tertarik untuk datang melakukan transaksi jual beli di lokasi tersebut. Memilih lokasi yang strategis atau yang mudah dijangkau oleh konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.⁸ Seseorang konsumen cenderung memilih berbelanja yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya seperti lokasi yang strategis, dekat pemukiman atau perumahan penduduk, aman, nyaman bagi konsumen yang akan berbelanja.

Namun, sama halnya dengan lokasi pada grosir Saidah ini memang memiliki lokasi yang strategis karena berlokasi dekat dengan pemukiman warga, dan mudah dijangkau. Akan tetapi, lokasi grosir Saidah ini tidak luas sehingga akan menyebabkan ketidakpuasan bagi pelanggan yang membeli. Lokasi yang luas akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Karena lokasi juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan seorang konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumiyati dan Eus Soliha dengan judul pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi pada warung upnormal Semarang). Disebutkan yakni “kualitas produk, persepsi harga dan Lokasi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (studi pada warung upnormal Semarang).”⁹

⁸Nur Kholiq, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Distro East Project Di Kediri,” *Artikel Skripsi Fakultas Ekonomi (Fe) Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgri Kediri 2017*, Vol. 01, No. 02 (2017), Hlm. 757.

⁹Euis Soliha, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warung Upnormal Semarang),” *Jurnal Sendiu* (2020), Hlm. 568.

Pada penelitian Arini Isfahila, dkk dalam jurnal nya yang berjudul Pengaruh harga, desain, serta kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Umah batik Banyuwangi menunjukkan bahwa “harga, desain, serta kualitas produk terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Umah batik Banyuwangi”.¹⁰

Pada penelitian Lina Sari Situmeang pada penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan menunjukkan bahwa “kualitas pelayanan dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan”.¹¹

Pada penelitian Titik Efnita pada jurnalnya yang berjudul pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada *wedding organizer* menunjukkan bahwa “lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan pada harga terdapat pengaruh yang negatif terhadap kepuasan konsumen”.¹²

Sedangkan penelitian Chintya Ayu Margawati dalam jurnalnya yang berjudul pengaruh persepsi harga, kualitas produk, lokasi terhadap

¹⁰Arini Ishfahila, Feti Fatimah, And Wahyu S Eko, “Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Konsumen Di Umah Sayu Wiwit Banyuwangi”, *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia (Jsmbi)*, Vol. 8, No. 2. (2 Desember): Hlm. 224.

¹¹Lina Sari Situmeang, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan,” *SkripsiProgram Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2017, Hlm. 81-83.

¹²Titik Efnita, “Effect Of Variation Of Products, The Service Quality, Price And Location On Customer Satisfaction Wedding Organizer”, *Jurnal Adbispreneur*, Vol. 2, No. 2 (2017): Hlm. 114.

kepuasan konsumen dalam membeli produk *Franchise Burgerstops* menunjukkan bahwa “persepsi harga, kualitas produk dan Lokasi mempengaruhi secara positif signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk *Franchise Burgerstops* di jalan Manisrenggo Klaten.¹³

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan fenomena penelitian yang dilakukan sebelumnya, dan hasil wawancara sudah pernah dilaksanakan sebelumnya dari beberapa orang menunjukkan ada dan tidaknya hubungan antara variabel X ke Y, maka peneliti tertarik dan merasa perlu untuk melakukan penelitian pada konsumen grosir Saidah dengan judul “**Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah tersebut, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Beberapa konsumen tidak merasa puas dengan harga terhadap kualitas produknya.
2. Harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk.
3. Kualitas produk yang kurang memuaskan.
4. Harga dan kualitas produk sebagai salah satu faktor kepuasan konsumen.

¹³Chintya Ayu Margawati, “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Produk” *Jurnal Iqtishad Equity*, Vol 2, No. 2 (2020), Hlm. 7.

5. Sulitnya pelanggan ketika hendak memarkirkan kendaraannya.
6. Lokasi yang terlalu sempit.
7. Semakin ketatnya suatu penjualan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah tersebut, peneliti membatasi masalah agar tidak menjadi pembahasan yang meluas dan tidak menyimpang pada masalah yang akan diteliti. Batasan penelitian ini adalah hanya terfokus pada harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halogongan Kabupaten Padang Lawas Utara.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian atau definisi yang diberikan secara operasional, praktik, terhadap objek penelitian atau objek yang diteliti berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan oleh peneliti yang bertujuan untuk memungkinkan penelitian tersebut mengadakan pengukuran atau observasi secara tepat terhadap suatu objek atau fenomena.

Table 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Harga (X_1)	Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen yang dapat	1. Kualitas produk 2. Daya saing harga. 3. Keterjangkauan harga.	Ordinal

	<p>memberoleh manfaat suatu barang atau jasa.¹⁴ Harga dalam penelitian ini adalah faktor penentu permintaan pasar pada suatu produk grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.</p>	4. Kuantitas.	
Kualitas Produk (X ₂)	<p>Kualitas Produk adalah nilai suatu produk untuk menentukan kegunaan suatu barang.¹⁵ Kualitas produk dalam penelitian ini adalah sebagai alat untuk meningkatkan daya saing dan memberikan kepuasan kepada konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.</p>	<p>1. Reliability. 2. Durability (daya tahan). 3. Conformance (kesesuaian). 4. Performance (kinerja).¹⁶</p>	Ordinal
Lokasi (X ₃)	<p>Lokasi adalah tempat atau daerah yang dimana penjual menjual dagangannya dengan lokasi yang strategis sehingga</p>	<p>1. Tempat paker yang luas. 2. Strategis. 3. Tempat yang menarik.¹⁸</p>	Ordinal

¹⁴Purnomo Edwin Setyo, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks," *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, Vol 1, No 6. (Februari 2017): Hlm. 758.

¹⁵Khussnul Agestina And Ika Susilowati, "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Bisnis Dan Akutansi*, Vol 1, No 1. (Oktober 2019): Hlm. 115.

¹⁶Khussnul Agestina And Ika Susilowati, Hlm. 115.

	dapat menarik pelanggan. ¹⁷ Lokasi dalam penelitian ini adalah lokasi yang tidak strategis dan nyaman terhadap konsumen yang berbelanja pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan kabupate Padang Lawas Utara.		
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan senang, dan kesesuaian konsumen terhadap apa ia inginkan dan apa yang diharapkan setelah membandingkan antara harga, dan kualitas suatu produk. ¹⁹ Dalam penelitian ini fokus pada kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan apa yang ditawarkan dengan yang diharapkan oleh konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.	1. Terpenuhinya harapan konsumen. 2. Loyalitas. 3. Reputasi yang baik.	Ordinal

¹⁸Edi Kurniawan And Rustiana, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim", *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, Vol. 05, No. 03 (2020): Hlm. 29.

¹⁷Ahmad Izzuddin And Muhammad Muhsin, "Penagruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep Di Jember." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol 6, No 1 (June 2020): Hlm. 74-75.

¹⁹Ishfahila, Fatimah, And S Eko, "Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Konsumen Di Umah Sayu Wiwit Banyuwangi," Hlm. 211.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara ?
2. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara ?
3. Apakah lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara ?
4. Apakah harga, kualitas produk, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara ?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

G. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Bagi penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan serta wawasan mengenai harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara Dan salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir di IAIN Padangsidempuan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan masukan bagi penelitian selanjutnya serta mengetahui bagaimana pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Grosir

Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

3. Bagi IAIN Padangsidempuan

Penelitian ini dapat dijadikan bahan bacaan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta menjadi bahan referensi bagi mahasiswa IAIN Padangsidempuan yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai topik yang sama dalam penelitian ini.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian yang terdiri dari V (lima) bab. Hal ini dimasukkan untuk penulisan laporan yang sistematis, jelas dan mudah dipahami. Masing-masing bab terdiri sub dengan rincian sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang berisikan uraian tentang latar belakang masalah yang menceritakan fenomena yang mempengaruhi variabel X terhadap variabel Y, identifikasi masalah yang difokuskan pada penelitian yang seharusnya, rumusan masalah apa sebenarnya masalah yang dipecahkan, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II : Landasan Teori yang berisikan kerangka teori, penelitian terdahulu yang sudah lebih dulu melakukan penelitian, kerangka pikir, dan hipotesis atau dugaan sementara terhadap penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian yang digunakan, jumlah populasi atau sampel

yang digunakan, instrument pengumpulan, uji validitas dan reabilitas instrument, analisis data, sistematika pembahasan.

Bab IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasanuraian hasil yang di dapat dari pengolahan data-data yang ditemukan, ini berkaitan dengan hasil yang diperkirakan.

Bab V : Penutupterdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Sri Rahayu mendefinisikan kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap apa yang mereka inginkan. Jika kinerja gagal memenuhi harapan pelanggan, otomatis pelanggan tidak merasa puas, jika kinerjanya sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Dan jika kinerjanya melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat merasa puas atau senang.²⁰

Menurut Danang Sunyoto dalam jurnalnya kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk yang diterima dan yang diharapkan.²¹ Kepuasan banyak diartikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan

²⁰Sri Rahayu, *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata* (Palembang: Anugrah Jaya, 2019), hlm. 49.

²¹Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2012), hlm. 193.

telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemebuhan ini bisa lebih atau kurang.

Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.²²Memuaskan keinginan konsumen merupakan keinginan setiap para perusahaan. Konsumen yang puas terhadap barang atau jasa pelayanan cenderung akan setia dalam membeli kembali produk dan jasa kita. Dengan demikian, kepuasan merupakan faktor kunci utama bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan peluang terbesar dari volume penjualan perusahaan.²³.

Konsumen yang merasa puas adalah konsumen yang menerima nilai tambahan yang lebih dari perusahaan. Memuaskan konsumen tidak hanya berarti memberikan tambahan produk atau jasa.²⁴

Namun, jika pelanggan tidak merasa puas dengan produk atau jasa kita, maka perusahaan itu butuh waktu untuk lebih memperhatikannya karena akan mengakibatkan perusahaan dan organisasi menurun. Maka dari itu organisasi harus

²²Veitzal Rivai And Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada, 2013), Hlm. 153.

²³ Sri Rahayu, *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*, Hlm. 55.

²⁴Fandy Tjiptono, *Manajmen Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), Hlm. 78.

melakukan bagaimana mencocokkan barang dan jasa yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

b. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

a) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b) Kualitas pelayanan

Terutama dibidang industri jasa. Konsumen akan merasa puas jika pembeli mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan keinginannya.

c) Emosional

Konsumen akan merasa senang dan mendapatkan kepercayaan sehingga orang lain akan kagum terhadap perusahaan bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.²⁵

c. Elemen Kepuasan Konsumen

Elemen kepuasan konsumen ada 4 yaitu terdiri dari:

- a) *Expectation* (harapan) yaitu harapan konsumen terhadap produk atau jasa telah tersediakan sebelum membeli barang atau jasa tersebut.
- b) *Performance* (kinerja) yaitu pengetahuan konsumen terhadap kinerja aktual produk atau jasa pada saat digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- c) *Confirmation/disconfirmation* yaitu pengetahuan mereka tentang penggunaan merek pada produk atau jasa yang berbeda. *Confirmation* terjadi apabila keinginan sesuai dengan kinerja aktualnya. Sedangkan *disconfirmation*

²⁵Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019), Hlm. 87-88.

terjadi pada saat keinginan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktualnya.

- d) Ketidakpuasan (*Discrepancy*) adalah level yang tidak sama yaitu bagaimana perbedaan antara tingkat kinerja dengan harapan.²⁶

Sehingga hubungan kepedulian dengan kepuasan pelanggan adalah kepedulian memiliki sikap positif terhadap kepuasan konsumen. Karena semakin baik persepsi konsumen terhadap kepedulian yang diberikan oleh seorang pedagang atau penjual maka semakin tinggi pula kepuasan konsumennya dan juga sebaliknya.

d. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan konsumen, diantaranya:

- a) Sistem keluhan dan saran merupakan organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar dan sebagainya.
- b) *Gosht shopping* (belanja siluman) merupakan Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk

²⁶Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), Hlm. 47-48.

berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, sehingga akan melaporkan hasil penelitian-penelitian mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk dan jasa.

- c) survei kepuasan konsumen merupakan metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon atau wawancara pribadi. Dengan survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan memberikan perhatian terhadap para konsumennya.²⁷

e. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan dalam islam yang mendorong seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah yang bersikap adil. Dalam konsep islam kepuasan konsumen berkaitan dengan keimanan yang menciptakan rasa syukur.

Islam juga mengajarkan dalam sebuah industri baik itu yang bergerak pada bidang produk atau jasa, seorang pelayan toko hendaklah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku baik, sopan, dan rendah hati, dan juga memperhatikan dengan baik apa yang

²⁷ Sri Rahayu, *Kepuasan & Loyalitas Pelanggan Terhadap Obyek Wisata*, Hlm. 58-59.

diinginkan oleh konsumen.²⁸ Apabila keinginan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan kita. Seperti yang telah dijelaskan didalam Al-quran Surah Al-Imron ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemahlembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²⁹

Dalam buku Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi menjelaskan bahwa Allah memerintahkan kepada Nabi Muhammad agar membimbing kaum muslimin agar bersikap lemah lembut, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun, demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan

²⁸ Ardi Ferdian Agung, "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komperatif Pada Konsumen Indomaret dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)" *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.

²⁹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta: Quran Cordoba, 2018), Hlm. 71.

kelemah lembutan Nabi Saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan peperangan, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, namun beliau tidak memaki dan mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lain-lain.³⁰

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar selalu bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak bisa kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap konsumen, maka sikap lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan yang merupakan dasar utama dari bisnis.

Adapun keterkaitan ayat tersebut dengan kepuasan konsumen adalah tidak lain bagaimana seorang konsumen memperoleh kepuasan atas pelayanan pedagang tersebut. Dengan pelayanan yang ramah, sopan santun, simpatik terhadap konsumen ini yang akan menjadi upaya penjual agar dapat menarik pelanggan. Inilah yang kaitan ayat tersebut dengan kepuasan konsumen.

³⁰Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2017), hlm. 159.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Produk dengan harga yang mahal secara tidak langsung memberikan pesan kepada konsumen bahwa kualitas yang dimiliki produk tersebut juga tinggi sesuai dengan harga yang mahal begitu pula sebaliknya.³¹

Harga adalah penentuan nilai uang barang dan harga barang. Dengan adanya suatu barang, maka masyarakat dapat menjual suatu barang yang mereka miliki dengan harga yang umum dan dapat diterima.

Menurut Abdul Manan dalam buku Supriadi menyatakan keengganan orang islam untuk menerima harga pasar sebagai saran menuju kesejahteraan sosial membuat fungsi dari kelenturan harga kebutuhan dan *suplay* menurut adat dan kebiasaan.³² pada dasarnya merupakan salah satu jumlah yang dibayarkan pelanggan untuk merasakannya.

Harga adalah suatu nilai tukar uang dari produk barang atau jasa atau sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Harga dapat juga sebagai salah satu aspek penting dalam usaha, penentu harga akan menjadi sebagai bahan yang diperhatikan dikarenakan harga sangat penting dalam menentukan laku atau tidaknya suatu dalam menjualkan produk atau jasa

³¹Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Hlm. 38.

³²Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Guepedia, 2018), Hlm.

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan jika dilihat, harga adalah salah satu faktor laku atau tidaknya produk atau jasa yang ditawarkan dan yang akan mengakibatkan tidak lakunya produk tersebut dipasar.³³

Dalam menentukan harga produk, penjualan harus mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Penjual harus cepat membuat sasaran pemasaran seperti memaksimalkan keuntungan dan mempertumbuhkan pasar agar maksimal.
- b) Penjual harus menentukan catatan permintaan yang memungkinkan jumlah yang dibeli pada tiap periode.
- c) Penjual harus memperkirakan bagaimana macam-macam biaya pada tingkat output atau perjalanan produk yang berbeda.³⁴

Jika penjual memulai perubahan harga haruslah cermat dalam mempertimbangkan perilaku konsumen tersebut dan juga pesaing. Konsumen dipengaruhi oleh penentu harga tersebut. Perilaku pesaing diawali dari kebijakannya reaksi atau penilaian khusus terhadap keadaan. Penjual yang memulai perubahan harga harus mengantisipasi kemungkinan reaksi pemasok, perantara dan pemerintah.

³³ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: Uin Malik Pers, 2011), hlm. 68.

³⁴ Thamrin Abdullah and Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 205.

b. Tujuan Penetapan Harga

Berikut ini adalah tujuan penetapan harga yang bersifat ekonomis:

- i. Memaksimalkan laba, biasanya penetapan harga ini menghitung tingkat keuntungan yang ingin diperoleh. Semakin besar keuntungan yang ingin didapat, maka semakin tinggi pula harga yang ditetapkan untuk konsumen.
- ii. Meraih pangsa pasar, untuk dapat menarik perhatian konsumen yang akan menjadi sasaran pasar atau target pasar maka suatu perusahaan seharusnya menetapkan harga yang rendah.
- iii. Mempertahankan pangsa pasar ketika perusahaan memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya penetapan harga yang tepat agar tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.
- iv. Tujuan stabilitas harga, dalam pasar yang pelanggannya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya maka para pesaing harus menurunkan pula harganya.³⁵

³⁵Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, hlm.88.

c. Situasi Harga Dan Faktor Yang Mempengaruhinya

Situasi terdiri dari tiga faktor yang mempengaruhi harga jual yaitu:

- a. Laba dan tujuan lain yaitu faktor lain selain pasar dan biaya.
- b. Situasi pasar, meliputi konsumen, sifat dan biaya.
- c. Biaya produksi dan operasional. Yaitu biaya untuk membuat barang dan biaya barang agar bisa sampai kepada tangan konsumen.³⁶

d. Indikator-Indikator Harga

Menurut Stanto dalam jurnal Rustiana dan Edi Kurniawan menyebutkan beberapa indikator harga. Adapun indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:

1) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah keinginan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya terjangkau sesuai dengan yang mereka inginkan.

2) Daya saing harga

Perusahaan menetapkan harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pada pesaing.

³⁶Kamaruddin Ahmad, *Akutansi Manajemen*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), Hlm 174–75.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.³⁷

3. Kualitas Produk

a. Pengertian kualitas produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga akan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Kualitas suatu barang pada umumnya diukur dengan tingkat kepuasan konsumen atas pelanggan. Seberapa besar kepuasan yang diperoleh pelanggan masing-masing pelanggan.³⁸

Kualitas merupakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi tertentu.³⁹ Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan. Kualitas dari suatu produk berkaitan dengan kepuasan konsumen karena

³⁷Kurniawan and Edi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim," hlm. 29.

³⁸Kuat Ismanto, *Manajemen Bisnis Syariah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), h;m. 84.

³⁹M. N Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), Hlm. 4-6.

merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang bermutu, daya tahan suatu barang, perbaikan produk. Sehingga memiliki produk yang sangat bernilai. Kualitas produk ini sangatlah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Jadi, tujuan dari kualitas produk ini adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki mutu yang tinggi dan biasanya harganya ditentukan sesuai dengan keinginan.

b. **Strategi Kualitas Produk**

Setiap produk yang dipasarkan kepasar tidak selalu mendapatkan respon positif. Bahkan akan mengalami resiko kegagalan jauh lebih besar dari keberhasilan. Dikarenakan tidak sesuainya barang yang dipasarkan dengan tujuan yang diharapkan, maka dari itu dalam memasarkan suatu produk perlu memiliki strategi-strategi dalam mengembangkan produk yaitu:

a) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan merek dari suatu perusahaan. Sedangkan moto adalah keteguhan dalam menentukan visi dan misi perusahaan sehingga dengan menentukan logo dan moto kita sudah bisa mengenal perusahaan tersebut.

b) Menempatkan merek

Merek adalah simbol, istilah, desain dan kombinasi dari semuanya. Dengan adanya merek konsumen akan lebih mudah mengenal produk dan jasa.

c) Menciptakan kemasan.

Kemasan merupakan suatu bungkus produk yang akan memberikan kesan yang baik sehingga mendorong minat konsumen.

d) Keputusan lebel.

Lebel merupakan sesuatu cetakkan pada produk yang ditawarkan.⁴⁰

Adapun jasa adalah kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan tertentu. Klasifikasi produk menurut pemakaian/karakteristik terdiri dari beberapa macam yaitu produk konsumsi terdiri atas *convenience goods* adalah produk yang mudah diperoleh atau dibeli, seperti sabun, pasta gigi, rokok, dan lain-lain.⁴¹

⁴⁰Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Vrama Widya, 2011), Hlm. 118.

⁴¹ Abdulrahman Herdiana, Nana, *Manajemen Bisnis Syariah Dan Kewirausahaan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), Hlm 344.

c. Indikator-Indikator Kualitas Produk

Adapun indikator-indikator dari kualitas produk adalah sebagai berikut:

- i. Kinerja (*performance*) Yang berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari suatu produk.
- ii. Keandalan (*reliability*) Adalah kemungkinan kesil akan mengalami kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. Berkaitan dengan probability suatu produk dalam melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam waktu tertentu.
- iii. Konformasi (*conformance*) Sejauhmana karakteristik operasi pasar dari produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukan cacat pada produk.⁴²

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Lokasi adalah suatu letak atau tempat dimana orang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu *counter bark* di dalam, maupun diluar gedung.⁴³ Lokasi yang strategis mempengaruhi

⁴²Miguna Astuti And Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran (Umkm Dan Digital Sosial Media)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), Hlm. 165.

⁴³Sri Mulyono, *Etika Bisnis Islam* (Nusa Tenggara Barat: CV. Alliv Renteng Mandiri, 2021), Hlm. 22-23.

seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.

oleh itu, seorang penjual atau pedagang harus selalu memperbaiki lokasinya dikarenakan lokasi yang bagus sangat mempengaruhi kepuasan konsumen pada akhirnya pelanggan akan tetap datang ke lokasi tersebut.

b. Penentuan Lokasi Usaha

Menurut Fandy Tjiptono dan Sri Mulyono mengatakan bahwa penentuan lokasi adalah hal yang paling utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor penting untuk menentukan keberhasilan suatu perusahaan.⁴⁴ Untuk menentukan lokasi harus mempertimbangkan faktor-faktor karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Harga yang akan dijual pun akan sangat tergantung pada lokasi jualan yang dipilih, sehingga nantinya akan berpengaruh dengan jarak lokasi pabrik dengan pasar.⁴⁵

Untuk memudahkan dalam memperoleh bahan baku atau bahan lainnya dalam jumlah yang diinginkan dalam jangka waktu yang sudah diperhitungkan. Untuk memilih lokasi usaha itu adalah tergantung pada jenis usaha yang akan kita jalankan,

⁴⁴Mulyono, Hlm. 23.

⁴⁵Sucipto Agus, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN-Maliki Pers, 2010), Hlm 89.

setelah itu, kita akan mempertimbangkan lokasi yang akan dipilih nantinya sesuai dengan keperluan usaha tersebut.

c. Strategi lokasi

Penentuan lokasi baik untuk perkantoran, pemasaran, gudang, ataupun pabrik yang disertai sarana dan prasarana dukungan sangat penting, hal ini dikarenakan agar konsumen dapat dengan mudah untuk menjangkau lokasi tempat kita untuk membuka usaha. Yang sarana dan prasarananya harus membuat rasa nyaman dan aman kepada setiap pelanggannya (konsumen).⁴⁶

Hal-hal yang harus diperhatikan saat menentukan lokasi yaitu dengan mempertimbangkan:

- a) Dekat dengan kawasan industri.
- b) Dekat dengan wilayah perkantoran/PT.
- c) Dekat dengan kawasan pasar.
- d) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat.

Mempertimbangkan jumlah pesaing yang berada ditempat usaha yang akan kita kembangkan. Kemudian untuk mempertimbangkan keputusan lokasi agar memilih tempat yang sesuai, maka ada faktor pertimbangannya yaitu:

- a) Ukuran dan biaya lokasi.

⁴⁶Hartimbul Ginting, *ManajemenPemasaran*, (Bandung: Cv Vrama Widya, 2011), Hlm 118.

- b) Sistem transportasi udara, kereta, jalan bebas maupun jalur laut.
- c) Pembatasan daerah.
- d) Kedekatan dengan jasa/pasokan yang dibutuhkan.
- e) Permasalahan dampak lingkungan.

Dalam penentuan lokasi, sangat penting untuk para perusahaan untuk memilih lokasi yang strategis, sehingga akan menciptakan keunggulan bersaing yang merupakan salah satu cara perusahaan untuk membentuk laba dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Keunggulan bersaing dapat diciptakan dengan salah satu jalan, yaitu penentuan lokasi yang strategis yang dapat membentuk pelayanan yang baik dan cepat bagi pelanggan maupun untuk mendapatkan pelanggan dari supplier yang efisien dan cepat bagi konsumen.⁴⁷

d. Penentuan Lokasi

Secara umum penentuan lokasi bisnis berdasarkan kedua pendekatan tersebut, namun adapun faktor yang harus dipertimbangkan dalam memilih lokasi akan dianalisis yang bertujuan untuk mencapai keputusan akhir dimana lokasi akan dipilih. Faktor-faktor penentuan lokasi tersebut ada dua faktor yaitu:

⁴⁷Deitiana Tita, *Manajemen Operasional Strategi Dan Analisa (Services Dan Manufaktur)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), Hlm. 108.

a) Faktor primer

Pertimbangan pertama ialah faktor primer dalam menentukan pabrik antara lain:

- 1) Kedekatan dengan pasar sasaran konsumen potensial yang mana tempat produk itu akan dijual.
- 2) Kedekatan dengan sumber ketersediaan bahan baku utama.
- 3) Ketersediaan sarana dan prasarana transportasi yang memadai untuk dapat memperlancar adanya bahan baku dalam memasarkan hasil produksi, misalnya jalan raya, jembatan, kereta api dll.
- 4) Sikap masyarakat setempat yang dapat mempengaruhi aktivitas usaha baik secara positif maupun negatif.

b) Faktor sekunder

Beberapa faktor sekunder yang harus dipertimbangkan yaitu:

- 1) memperluas pengembangan penjualan dan rencana masa penjualan.
- 2) Sikap masyarakat yang dapat mempengaruhi aktivitas usaha baik positif maupun negatif, misalnya dalam adat istiadat, budaya, agama, keamanan, dan lain-lain.

e. Indikator-Indikator Lokasi

Adapun indikator-indikator dari lokasi adalah sebagai berikut:

- a) Tempat parkir yang luas.
- b) Strategis.
- c) Tempat yang menarik.⁴⁸

5. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam Penelitian Rustiana dan Edi Kurniawan Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan pernyataan nilai dari suatu produk atau jasa sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang mempengaruhi harga.⁴⁹ Untuk memberikan harga tetap akan mempengaruhi kuantitas yang terjual, secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya yang timbul dengan efisiensi produksi. Oleh karena itu, penetapan harga pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategis penetapan harga memegang peran penting dalam setiap perusahaan.

Dalam penelitian Khussnul Agustina dan Ika Susilowati, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga dan lokasi.⁵⁰ Harga disini yaitu harga yang

⁴⁸Euis Soliha, "Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Semarang)," 2020, Hlm. 570.

⁴⁹Kurniawan and Edi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim," hlm. 23.

⁵⁰Agestina and Susilowati, "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Hanna Kebab Di Kebumen," hlm. 6.

terjangkau sesuai dengan harapan konsumen. Artinya peran harga dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen grosir Saidah semakin tinggi harga suatu barang maka akan berdampak pada loyalitasnya pelanggan.

Namun, dalam penelitian yang lain menunjukkan hasil yang berbeda, pada penelitian Tinneke Hermina dan Iyan Pauzi hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh harga, Sedangkan variabel lainnya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga.⁵¹ Harga yang tinggi berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, ini yang akan menyebabkan minat konsumen akan berkurang terhadap produk.

Berdasarkan teori diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga. Jika harga terlalu tinggi maka tingkat kepuasan konsumen akan berkurang.

6. Hubungan Kualitas Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang dalam bukunya mengatakan bahwa Kualitas produk adalah karakteristik atau kemampuan suatu barang untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit.⁵² Hal ini berarti nilai suatu produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen.

⁵¹Tinneke Hermina And Iyan Pauzi, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung", *Jurnal Wacana Ekonomi*, Volume 16, No. 02 (2017), Hlm. 6.

⁵²Astuti And Matondang, *Manajemen Pemasaran (Ukm Dan Digital Sosial Media)*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2020), Hlm. 164.

Dalam penelitian Suyanti menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk. Artinya jika kualitas produk ditingkatkan maka akan diikuti dengan meningkatnya kepuasan konsumen.⁵³ Rustiana dan Edi Kurniawan menunjukkan hasil bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk. Artinya semakin baik kualitas produk yang dimiliki, maka semakin meningkat kepuasan konsumen.⁵⁴

Namun dalam penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda, pada penelitian Ahmad Izzuddin menunjukkan hasil bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh kualitas produk. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi secara negatif oleh kualitas produk. Semakin bagus kualitas produk maka semakin tinggi minat konsumen.⁵⁵ Pada penelitian Ramdhani Sugita menunjukkan hasil bahwa kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh kualitas produk. Dikarenakan dalam penelitian Ramdhani Sugita kualitas produk Aiola Eatery Surabaya masih belum memiliki produk sendiri sehingga konsumen masih menilai berdasarkan produk yang mereka beli.⁵⁶

⁵³ Suyanti, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Kopi Netral Rantauprapat (Studi Kasus KonsumenRantauprapat)," *Jurnal Manajemen Akutansi (Jmsi)* Vol. 01, No. 1 (January 2021), Hlm. 154.

⁵⁴ Kurniawan and Edi, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim," hlm. 40.

⁵⁵ Izzuddin And Muhsin, "Penagruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep Di Jember," Hlm. 76.

⁵⁶ Ramadhani Sugita, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Volume 6, No 11, (2017): Hlm. 14.

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa kualitas produk sangat penting bagi konsumen, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dipengaruhi oleh kepuasan konsumen.

7. Hubungan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Sry Mulyono dalam bukunya mengatakan bahwa Lokasi adalah tempat dimana pedagang akan menjual barang. Lokasi yang strategis usaha yang strategis dan mudahnya akses kendaraan menuju lokasi usaha tersebut.⁵⁷

Menurut Sumiyati dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Dalam memilih lokasi sebagai tempat usaha, karena lokasi yang mudah diakses oleh pengan akan menjadi point yang baik untuk perusahaan, pelanggan akan langsung dimudahkan dengan akses yang terlalu rumit. Lokasi yang baik menjamin dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pikir calon konsumen.

Penelitian Nur Kholiq menyatakan bahwa: “lokasi terhadap kepuasan pelanggan menemukan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Distro East Project* di Kediri. Artinya lokasi yang strategis dan mudah dijangkau memberikan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan.⁵⁸ Menurut Sumiyati dan Eus Soliha dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi. Artinya semakin baik lokasi, akan meningkatkan kepuasan konsumen.⁵⁹ Dalam penelitian Anik

⁵⁷Mulyono, *Etika Bisnis Islam*, Hlm. 22-23.

⁵⁸NurKholiq, “Fakultas Ekonomi (Fe) Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Un Pgrl Kediri 2017,” Hlm. 6.

⁵⁹Euis Soliha, “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Warunk Upnormal Semarang),” 2020, Hlm. 574.

Nurhanifah dan Sutopo menunjukkan hasil bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lokasi, sedangkan variabel lainnya kepuasan konsumen tidak dipengaruhi oleh promosi. Artinya semakin strategis lokasi dari jangkauan konsumen maka semakin kuat tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui lokasi adalah hal yang paling penting terhadap grosir Saidah dikarenakan usaha tidak akan maju tanpa adanya lokasi yang strategis.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian-penelitian terdahulu dan mempunyai kaitannya dengan penelitian yang akan dilakukan.

Tabel 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin, (Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 2020)	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada sate kelinci Mas Asep di Jember.	Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Sate Kelinci Mas Asep di Jember.
2	Rustina dan Edi Kurniawan,	Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap	Secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh

	(Manajemen Pelita Bangsa, 2020)	kepuasan konsumen Martabak Alim	signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Martabak Alim Cibusah, secara parsial variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Martabak Alim Cibusah, sedangkan secara parsial variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada Martabak Alim Cibusah.
3	Sumiyati dan Euis Soliha, (Jurnal Sendiu, 2020)	Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan (studi pada warung Upnormal Semarang).	Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Warung Upnormal Semarang, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen warung Upnormal Semarang.
4	Khusnul Agestina & Ika Susilowati, (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi (JIMMBA) 2019)	Analisis pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Hanna kebab di kebumen.	variabel lokasi, harga, dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konsumen Hanna Kebab di Kebumen.
5	Lina Sari	Pengaruh kualitas	Berpengaruh

	Situmeang, (Skripsi UIN Sumatera Utara Medan 2017)	pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan.	signifikan antara kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen Pada rumah makan istana hot plate Medan.
6	Nur Kholiq, (Jurnal SIMKI- Economi, 2017)	Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di distro east project di kediri tahun 2017 (<i>efect product quality</i>).	variabel kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggandi distro East project Di Kediri Tahun 2017 (<i>Efect Product</i>).
7	Purnomo Edwin Setyo, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, 2017)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “ <i>Best Autoworks</i> ”.	Variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial dan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen “ <i>Best Autoworks</i> ”.
8	Titik Efnia, (Jurnal Adbispreneur, 2017)	Pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Wedding Organizer.	Variabel variasi produk terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Wedding Organizer.
9	Tinneke Hermina & Iyan Pauzi, (Jurnal Wacana Ekonomi,	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna <i>Smartphone</i> Sony pada PT. Maju Jaya	Variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dan kualitas produk berpengaruh secara

	2017)	Cicaheum Bandung.	parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna <i>Smartphone</i> Sony pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung.
--	-------	-------------------	---

Berdasarkan penelitian tersebut, persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Persamaannya dalam penelitian ini dengan penelitian Lina Sari Situmeang yaitu sama-sama membahas harga, dan lokasi jenis peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya ialah pada penelitian Lina Sari Situmeang pada variabel bebas lainnya, peneliti menggunakan kualitas produk sebagai variabel lainnya. dan tempat penelitiannya terletak pada rumah makan Istana Hot Plate Medan Sedangkan penelitian ini terletak pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
- b. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Khusnul Agestina & Ika Susilowati yaitu sama-sama mempunyai variabel bebas dan variabel terikat yang sama. Sedangkan perbedaannya ialah lokasi yang digunakan oleh Khusnul Agestina dan Ika Susilowati pada konsumen Hanna Kebab di Kebumen sedangkan penelitian ini pada grosir Saidah di Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

- c. Persamaan penelitian ini dengan Penelitian Nur kholiq yaitu sama-sama memiliki variabel yang sama, sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya lokasi yang digunakan adalah di Distro East Project Di Kediri Tahun 2017 (*Efect Product Quality*) sedangkan pada penelitian ini pada Grosir Saidah di Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
- d. Persamaan penelitian ini dengan Tinneke Hermina dan Iyan Pauzi yaitu sama-sama membahas harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya peneliti menggunakan tiga variabel bebas sedangkan penelitian Tinneke Hermina dan Iyan Pauzi hanya menggunakan dua variabel bebas, dan juga lokasi yang diteliti pengguna Tinneke Hermina dan Iyan Pauzi *Smartphone* Sony pada PT Maju jaya Cicaheum Bandung sedangkan pada penelitian ini pada grosir Saidah di Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
- e. Persamaan penelitian ini dengan Purnomo Edwin Setyo sama membahas tentang kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen, sedangkan perbedaannya peneliti menggunakan tiga variabel bebas dan lokasi penelitian ini pada konsumen grosir Saidah sedangkan Purnomo Edwin Setyo pada konsumen *Best Autoworks*.

- f. Persamaan peneliti dengan Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk dan lokasi, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas lainnya. Peneliti menggunakan harga sebagai variabel bebas lainnya. Penelitian Ahmad Izzuddin dan Muhammad Muhsin dilakukan pada konsumen sate kelinci Mas Asep di Jember sedangkan peneliti fokus pada konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
- g. Persamaan peneliti dengan Titik Efnita sama sama membahas tentang harga dan lokasi sedangkan perbedaannya terletak pada variabel bebas lainnya. Penelitian Titik Efnita menggunakan variasi produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel lain sedangkan peneliti hanya menggunakan kualitas produk saja. Penelitian Titik Efnita dilakukan pada konsumen *Wedding Organizer* sedangkan peneliti dilakukan pada konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
- h. Persamaan peneliti dengan Sumiyati dan Euis Soliha yaitu sama-sama membahas tentang kualitas produk dan lokasi sedangkan perbedaannya terletak pada variabel lainnya. Penelitian Sumiyati dan Euis Soliha menggunakan persepsi harga sebagai variabel lainnya. Penelitian Sumiyati dan Euis Soliha dilakukan pada konsumen Upnormal Semarang sedangkan peneliti dilakukan pada

konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

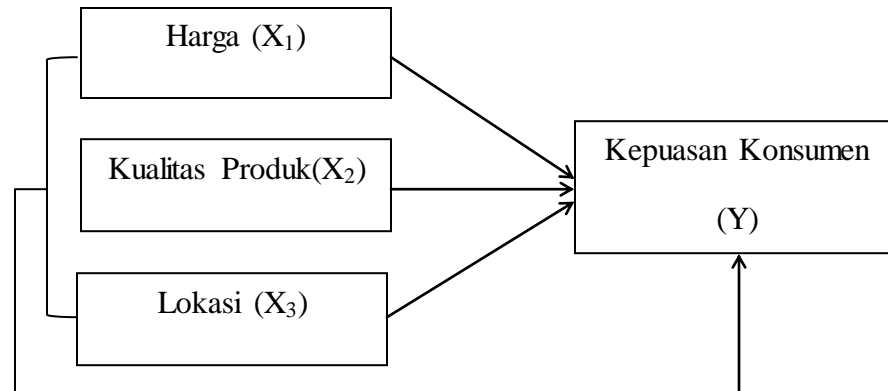
- i. Persamaan penelitian dengan Rustina dan Edi Kurniawan yaitu sama-sama membahas tentang sama membahas tentang kualitas produk, harga dan lokasi. Sedangkan perbedaannya pada lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara sedangkan Rustina dan Edi Kurniawan dilakukan pada konsumen Martabak Alim.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting.⁶⁰ Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka sebagai pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar berikut.

⁶⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 60.

Gambar 1.
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dikatakan jawaban sementara karena tidak berdasarkan fakta empiris yang mendukung teori relevan yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁶¹

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁= Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

H₂= Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

⁶¹Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Edisi Revisi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), Hlm. 55.

H₃= lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

H₄= Harga, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Adapun waktu dalam penelitian ini dilakukan dimulai dari bulan November 2021 sampai dengan bulan April 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan misalnya skor, nilai atau peringkat atau frekuensi yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis yang bersifat spesifik, serta dengan melakukan prediksi bahwa suatu variabel dapat mempengaruhi variabel yang satu dengan yang lainnya.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki mutu dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶²

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Hlm. 80-81.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen tetap yang berbelanja pada Grosir Saidah pada bulan Januari-Agustus berjumlah 24 rumah tangga.

Populasi Penelitian

No	Jumlah KK	Usia		Jumlah jiwa
		< 18	>18	
1.	24	29	74	103

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh rumah tangga yang menjadi pelanggan tetap di grosir Saidah sebanyak 103 jiwa dari 24 rumah tangga yang berumur 18 tahun ke atas sebanyak 74 jiwa dan yang berumur 18 tahun ke bawah sebanyak 29 jiwa.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada pada populasi, ataupun sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil dari tata cara tertentu sehingga dapat mewakili populasi.⁶³ Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen tetap pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu sebanyak 74 jiwa, yang diambil dari umur 18 tahun ke atas. Alasannya karena umur tersebut sudah dapat dijadikan sebagai

⁶³Sandu Siyoto And M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), Hlm. 63.

sampel dalam penelitian. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *sampling jenuh*. *Sampling jenuh* adalah teknik pengambilan sampel jika semua anggota populasi dijadikan sampel.⁶⁴

D. Instrument Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrumen berbentuk kuesioner/angket. Instrumen pengumpulan data merupakan alat ukur yang digunakan oleh penelitian untuk mengumpulkan, mengolah dan mencari informasi tentang variabel atau masalah yang sedang diteliti dengan informasi yang akurat, lengkap dan sistematis. Adapun instrument pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data informasi yang ditanyakan langsung pada seseorang. Wawancara yang digunakan oleh penelitian ini yaitu konsumen yang berbelanja pada grosir tersebut dengan mewawancarai bagaimana kepuasan konsumen saat berbelanja dan apasaja kendala-kendalanya pada grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara, guna untuk mengetahui permasalahan dalam kepuasan konsumen yang akan diangkat dalam suatu judul penelitian.

⁶⁴Suyanti, "Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Kopi Netral Rantauprapat (Studi Kasus Konsumen Rantauprapat)," Hlm. 150.

b. Angket/kuesioner

Angket (kuesioner) merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶⁵ Yang dalam penelitian ini adalah konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Adapun yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumus sebagai berikut:

Tabel III.1
Pemberian skor pertanyaan responden

Alternative Jawaban	Bobot
	Pertanyaan Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Tabel 4
Kisi-kisi angket

Variabel	Indikator	Nomor pertanyaan	
		Positif	Negatif
Kepuasan konsumen (Y)	1. Terpenuhinya harapan konsumen. 2. Loyalitas.	1,2,3	4,5,6

⁶⁵Beni Ahmad Saebani & Yana Sutisna, *Metode Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2018), hlm. 159.

	3. Reputasi yang baik.	7,8	
Harga (X_1)	1. Kualitas produk 2. Daya saing harga. 3. Keterjangkauan harga. 4. Kuantitas.	1,2 3,4 7,8	5,6
Kualitas produk (X_2)	1. Reliability. 2. Durability (daya tahan). 3. Conformance (kesesuaian). 4. Performance (kinerja)	1,2 5,6 7,8	3,4
Lokasi (X_3)	1. Tempat parker yang luas. 2. Strategis. 3. Tempat yang menarik.	1,2,3 4,5	6,7,8

c. Observasi

Observasi yaitu suatu kemampuan seseorang untuk mengadakan pengamatan langsung terhadap kepuasan konsumen yang berbelanja pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

E. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya pernyataan pada angket/kuesioner. Angket merupakan pernyataan yang dibuat sendiri oleh peneliti sehingga kevalidannya sangat perlu diuji untuk mengetahui apakah mampu atau tidak angket tersebut mengukur objek yang ingin diukur. Data yang valid dapat diketahui bila:

- 5) Jika hasil $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dikatakan valid.

6) Jika hasil $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan suatu angket. Suatu data dikatakan reliable apabila mempunyai hasil yang sama walaupun telah diuji berulang kali dan peneliti yang berbeda.⁶⁶ Maka dari itu pengukuran realibitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *One Shot Methode* atau pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Jika nilai *Cronbach Alpa* $<$ 0,60 maka pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk variabel tersebut tidak reliabel.

F. Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara untuk menganalisis data penelitian. Seperti alat-alat statistik yang relevan yang akan digunakan untuk penelitian. Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Untuk teknik pengolahan data menggunakan SPSS 23.

1. Statistik Deskriptif

Fungsi Deskriptif antara lain mengkalrifikasi suatu data variabel berdasarkan berdasarkan kelompoknya masing-masing agar mudah untuk diinterpretasikan oleh orang yang

⁶⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta Cv, 2017), Hlm. 348-354.

mempunyai informasi tentang keadaan variabel tersebut.⁶⁷ Statistik deskriptif merupakan yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan untuk menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean* dan *strandar deviation* dari data yang terkumpul.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bentuk pengolahan data yang dilakukan untuk mengetahui kenormalan sebuah data. Suatu data yang tidak normal akan mengakibatkan kebingungan pada para peneliti dalam pengolahan statistik. Data yang normal bertujuan untuk memperoleh keputusan yang tepat. Uji normalitas dalam penelitian ini berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov yang menggunakan nilai asymp. Sig (2 tailed) dengan ketentuan:

1. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka distribusi tidak normal.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi yang tinggi antara variabel independen satu dengan variabel independen

⁶⁷Duwi Priyatno, *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2014), Hlm. 54.

lainnya. Adanya hubungan atau korelasi yang tinggi dalam regresi berganda menandakan terdapat gangguan. Dalam penelitian ini uji multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Standar VIF mengatakan bahwa, apabila harga koefisien VIF lebih besar dari 10 maka terdapat gejala multikolinearitas pada hubungan variabel independen penelitian tersebut.⁶⁸

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan untuk melihat apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik (koefisien korelasi speraman dan uji glejser). Pada penelitian ini menggunakan uji glejser, yaitu dengan meregresikan instrumen-instrumenbebas terhadap nilai absolute residualnya. Adapun kriteria yang digunakan dalam uji glejser ini adalah:

- a. Jika nilai $Sig > 0.05$ Alpha maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai $Sig < 0.05$ Alpha maka terjadi heteroskedastisitas.⁶⁹

⁶⁸Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), Hlm. 139.

⁶⁹Gunawan Sudarmanto, *Statistika Terapan Berbasis Komputer* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), Hlm. 223-264.

H. Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi R^2

Uji ini dilakukan dengan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinan adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang paling kecil berarti kemampuan independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui besarnya kontribusi X_1 , X_2 , dan Y .

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan antar variabel bebas dan terikat maka dapat membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kaidah sebagai berikut:

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak, artinya bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁷⁰

⁷⁰Sugiyono, Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar Spss Dan Aplikasi Data* (Bandung: Alfabeta, 2015), Hlm. 250.

3. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (uji F)

Uji F merupakan uji hipotesis secara simultan, yang merupakan langkah yang harus dilewati secara parsial. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama dapat memprediksi variabel dependennya. Kriteria yang digunakan dalam uji ini adalah:

- a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak, artinya secara bersama-sama independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima, artinya secara bersama-sama independen berpengaruh terhadap dependen.

I. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini hanya dilakukan oleh penelitian yang mempunyai variabel independen lebih dari satu. Manfaat hasil analisis ini untuk membuat keputusan naik atau turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak.⁷¹

Model untuk regresi berganda ini dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Km = a + b_1.Hr + b_2.Kp + b_3.Lk + e$$

⁷¹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006), Hlm. 251.

Keterangan:

K_m : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

$b_1 b_2 b_3$: Koefisien Regresi

H_r : Harga

K_p : Kualitas produk

L_k : Lokasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Grosir Saidah

Grosir Saidah merupakan tempat perbelanjaan yang menjual berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, sayur-sayuran, paca bola dan lain-lain. Grosir Saidah terletak di Desa Rokan Baru Kecamatan Rokan baru Kabupaten Padang Lawas Utara, grosir Saidah ini salah satu grosir yang sering dikunjungi oleh warga setempat.

Grosir Saidah mulai bergerak pada bulan Juni 2006 yang didirikan oleh ibu Aswadiyah Harahap dan bapak Lukman Harahap. Awalnya ibu Aswadiyah Harahap seorang ART dan bapak Lukman Harahap bekerja sebagai petani. Kemudian itu mereka merintis usaha kecil-kecilan dengan mengumpulkan modal hanya Rp. 500.000.-. dengan berkembangnya usaha ibu Aswadiyah Harahap dan bapak Lukman Harahap dari tahun ke tahun yang berkembang dengan maksimal dan menghasilkan keuntungan yang memuaskan sehingga mereka membangun sebuah grosir.

Awal mula pembentukan nama grosir Saidah ini diambil dari nama anak perempuan pertama mereka yang bernama Saidah Harahap. Dari perjalanan grosir Saidah milik ibu Aswadiyah Harahap dan Bapak Lukman Harahap ternyata sudah banyak pengalaman yang di dapat

termasuk banyaknya keluhan-kesah dari pelanggan. Dan dari keluhan pelanggan inilah mereka terus memperbaiki usaha mereka yang mereka kelolah.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Memberikan kepuasan kepada konsumen dalam berbelanja, menjadikan kebutuhan pokok semua orang dapat terpenuhi dan dapat mengembangkan usaha sehingga bisa menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain.

b. Misi

Untuk mencapai misi grosir Saidah, maka yang menjadi misi grosir Saidah, yaitu:

- 1) Berusaha memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen,
- 2) Memberikan kepuasan kepada konsumen dengan berfokus pada harga dan kualitas produk dan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

c. Gambar Umum Responden

Pengambilan data primer dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar kepada konsumen yang berbelanja di grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan kabupaten Padang Lawas Utara. Angket tersebut terdiri dari tiga bagian yaitu: variabel Y kepuasan konsume, X1 harga, X2 kualitas produk dan X3 lokasi.

Penyebaran angket dilakukan pada 28 Januari-03 Februari 2022. Penyebaran angket dilakukan secara langsung dengan menjumpai setiap responden yaitu konsumen pada grosir Saidah. Penyetoran dan pengumpulan angket berlangsung 7 hari, angket terkumpul dengan cepat karena konsumen grosir Saidah banyak berbelanja di grosir tersebut sehingga mempermudah peneliti untuk menjumpai para responden.

B. Hasil Uji validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 74 responden dengan 8 butir pernyataan untuk variabel harga, butir pernyataan untuk variabel kualitas produk, dan butir pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen. Dimana r_{tabel} dengan jumlah sampel 74 dan $df=n-2$ ($74-2=72$) adalah 0,2287. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada kolom persen correlation (r_{hitung}). Adapun hasil uji validitas sebagai berikut.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,538	Instrument valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = 72$. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,2287$	Valid
2	0,785		Valid
3	0,615		Valid
4	0,709		Valid
5	0,737		Valid
6	0,705		Valid
7	0,665		Valid
8	0,670		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji validitas variabel harga pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel harga memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel harga dinyatakan valid. Sedangkan uji validitas untuk variabel kualitas produk sebagai berikut.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,600	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tabel df = 72. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh $r_{tabel} = 0,2287$	Valid
2	0,712		Valid
3	0,696		Valid
4	0,840		Valid
5	0,826		Valid
6	0,812		Valid
7	0,669		Valid
8	0,583		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji validitas variabel kualitas produk pada tabel VI.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kualitas harga memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel lokasi sebagai berikut.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Lokasi

Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
1	0,643	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tabel df = 72. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh $r_{tabel} = 0,2287$	Valid
2	0,757		Valid
3	0,816		Valid
4	0,755		Valid
5	0,850		Valid
6	0,770		Valid
7	0,746		Valid
8	0,798		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji validitas variabel lokasi pada tabel VI. 3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel lokasi memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid. Sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen sebagai berikut.

Tabel IV.4
Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,839	Instrument valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tabel df = 72. Pada taraf signifikansi 5% diperoleh $r_{tabel} = 0,2287$	Valid
2	0,800		Valid
3	0,716		Valid
4	0,645		Valid
5	0,823		Valid
6	0,714		Valid
7	0,734		Valid
8	0,685		Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen pada tabel VI.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai variabel kepuasan konsumen memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan statistik *crondbach alpha*. Instrumen reliabel jika *crondbach alpha* $> 0,60$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel harga, kualitas produk, lokasi dan kepuasan konsumen.

Tabel. 5
Hasil Uji Reabilitas

variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Item</i>
Harga	0,827	8
Kualitas Produk	0,864	8
Lokasi	0,899	8
Kepuasan Konsumen	0,883	8

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji reliabilitas pada tabel IV. 5 diperoleh kesimpulan bahwa hasil uji reliabilitas variabel harga (X_1) diperoleh nilai *cronbach alpha* $0,827 > 0,60$ sehingga variabel harga dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel kualitas produk (X_2) *cronbach alpha* $0,864 > 0,60$ sehingga variabel kualitas produk dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel lokasi (X_3) *cronbach alpha* $0,899 > 0,60$ sehingga variabel lokasi dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Selanjutnya, untuk variabel kepuasan konsumen (Y) *cronbach alpha* $0,883 > 0,60$ sehingga variabel kepuasan konsumen dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Hasil uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari minimum, maksimum, mean, dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
total_kk	74	24	40	33.01	3.869
total_hrg	74	24	39	32.03	3.285
total_kp	74	24	37	30.72	3.350
total_lk	74	22	40	32.66	4.282
Valid N (listwise)	74				

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji analisis statistik deskriptif pada tabel IV.6 menjelaskan bahwa variabel biaya kepuasan konsumen mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 40 dan nilai rata-rata 32,96 serta nilai simpangan baku 3,911. Variabel harga mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 39, dan nilai rata-rata 32,03 serta nilai simpang baku 3,285. Variabel kualitas produk mempunyai nilai terendah 24, nilai tertinggi 37, dan nilai rata-rata 30,72 serta nilai simpang baku 3,350. Dan variabel lokasi mempunyai nilai terendah 22, nilai tertinggi 40, dan nilai rata-rata 32,66, serta nilai simpang baku 4,282.

2. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.7
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52852967
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.118
	Negative	-.105
Test Statistic		.118
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.7 di atas dapat dinyatakan bahwa nilai signifikansi 0,013. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,13 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi yang signifikan antara variabel independen. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dilakukan beberapa metode, salah satunya dengan melihat *Tolerance* dan *VarianceInflationFactor (VIF)*, jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	21.959	6.903		3.181	.002		
total_hrg	-.092	.129	-.078	-.713	.478	.988	1.012
total_kp	.456	.127	.395	3.589	.001	.982	1.018
total_lk	.000	.099	.000	-.001	.999	.992	1.009

a. Dependent Variable: total_kk

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Hasil uji multikolenaritas pada tabel di atas nilai VIF variabel harga adalah 1.012, variabel kualitas produk adalah 1.018, dan variabel lokasi adalah 1.009. maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari ketiga variabel di atas < 10. Sementara itu nilai toleransi untuk variabel di atas harga adalah 0,988, variabel kualitas produk adalah 0,982, dan untuk variabel lokasi adalah 0,992. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari ketiga variabel di atas > 0,10. Berdasarkan dari penilaian tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel harga, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.145	4.431		.033	.974
	X.1	-.109	.083	-.153	-1.321	.191
	X.2	.147	.082	.208	1.798	.076
	X.3	.045	.063	.081	.706	.483

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2022

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel harga $0,191 > 0,05$, variabel kualitas produk sebesar $0,076 > 0,05$, dan variabel lokasi sebesar $0,483 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis linear yang telah di olah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Regresi linear berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.959	6.903		3.181	.002
	X.1	-.092	.129	-.078	-.713	.478
	X.2	.456	.127	.395	3.589	.001
	X.3	.000	.099	.000	-.001	.999

a. Dependent Variable: Y

Sumber: hasil pengolahan, 2022

Berdasarkan uji hasil regresi linier berganda pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$\text{Kepuasan konsumen} = 21,959 + 0,092 \text{ harga} + 0,456 \text{ kualitas produk} + 0,00 \text{ lokasi} + e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta adalah 21,959 artinya jika variabel harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan lokasi (X_3) nilai 0, maka kepuasan konsumen 21,959.
- b. Koefisien regresi harga senilai 0,092 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,092 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif antara harga dengan kepuasan konsumen.
- c. Koefisien regresi kualitas produk senilai 0,456 artinya apabila variabel harga ditambah 1 satuan, maka kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,456 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Semakin naik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan konsumen.
- d. Koefisien regresi lokasi senilai 0,000 artinya koefisien bernilai negatif antara lokasi dengan kepuasan konsumen.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji parsial (uji t) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.959	6.903		3.181	.002
	X.1	-.092	.129	-.078	-.713	.478
	X.2	.456	.127	.395	3.589	.001
	X.3	.000	.099	.000	-.001	.999

a. Dependent Variable: Y

Sumber: hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan uji parsial di atas, maka dapat diketahui bahwa jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$, $df = 74 - 3 - 1 = 70$ sebesar 1,66691. Dengan nilai berikut:

- 1) Harga dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,713 < 1,66691$ artinya tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Kualitas produk dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,589 > 1,66691$ artinya adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
- 3) Lokasi dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,001 < 1,66691$ artinya tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Jadi, dapat disimpulkan variabel kualitas produk terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan harga dan lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji Simultan (F)

Hasil uji simultan (F) yang telah di olah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Tabel F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.098	3	61.366	4.726	.005 ^b
	Residual	908.888	70	12.984		
	Total	1092.986	73			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X.3, X.1, X.2

Sumber: Hasil pengoahan data, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 4,726. Sedangkan f_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$, $df = 74-3-1 = 70$ yaitu sebesar 2,73, sehingga dapat disimpulkan bahwa $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ (4,726 > 2,73) artinya terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisa dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan kedalam model. Adapun hasil

uji koefisien determinasi (R^2) yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.133	3.603

a. Predictors: (Constant), X.3, X.1, X.2

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Berdasarkan tabel di atas hasil koefisien determinasi dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,410 artinya kolerasi antara variabel harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosr Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan kabupaten Padang Lawas Utara. Nilai R^2 sebesar 0,168 artinya terdapat pengaruh sebesar 16,8% sedangkan sisanya sebesar 83,2,% sipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model ini.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji parsial

menyatakan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Hasil ini didukung oleh I Putu Gede Sukadmadja harga merupakan sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh barang atau jasa yang diinginkan. Harga yang rendah dapat menyebabkan orang berkeinginan kembali untuk membeli produk yang diinginkan.⁷² Namun, beberapa hasil penelitian lainnya mendeskripsikan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya harga bukan satu-satunya variabel yang menyebabkan orang untuk melakukan pembelian kembali, akan tetapi disebabkan oleh variabel lain seperti kualitas produk dan lokasi. Namun harga merupakan salah satu elemen penting dalam kaitannya dengan bauran strategi pemasaran.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Adariang Giawa dan Yossi Hendriati yang berjudul “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan pelanggan di restoran Bunaken” menyatakan bahwa harga tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan pelanggan.⁷³

⁷²I Putu Gede Sukadmadja, *Manajemen Pemasaran Pariwisata* (Klaten: Lakeisha, 2020), Hlm. 220.

⁷³Adariang Giawa dan Yossi Hendriati, pengaruh kualitas Layanan, Harga dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Bunaken, *Jurnal Rekaman*, Vol 6, No 2, (Juni 2022), Hlm. 157.

Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan oleh Novita Elisiah yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di swalayan 88 menyatakan bahwa “Variabel harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”.⁷⁴

Dapat disimpulkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Dapat diketahui dari nilai rata-rata responden yang telah disebar menyatakan setuju dengan harga yang terbilang terjangkau bagi konsumen di grosir Saidah.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji parsial bahwa kualitas produk $t_{hitung} > t_{tabel}$ disimpulkan terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pada Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

⁷⁴Novita Elisa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidempuan”, (Padangsidempuan, Institute Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2020), Hlm. 60.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, semakin sesuai standar yang ditetapkan maka semakin berkualitas nilai barang tersebut.⁷⁵

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan Eriyanto Prastyo Nugroho yang berjudul pengaruh harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna *Notebook Acer* (Studi kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi) menyatakan bahwa “Variabel kualitas produk terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna *Notebook Acer* (studi kasus mahasiswa Unnes fakultas Ekonomi)”.⁷⁶

Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa tidak setuju dengan kualitas produk yang ada di grosir Saidah. Oleh karena itu, Untuk menjaga dan meningkatkan pembeli grosir Saidah perlu mempertahankan kualitas dari produk itu sendiri.

⁷⁵Rudi Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)*, (Jakarta: Duta Media, 2020), Hlm. 21.

⁷⁶Eriyanto Prasetyo Nugroho, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna *Notebook ACER* (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)” (*Universitas Negeri Semarang*, 2018), Hlm. 63.

3. Pengaruh lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Sidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Sidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji parsial menyatakan bahwa variabel lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada grosir saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Lokasi adalah tempat suatu usaha atau aktifitas perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang, jasa atau tempat konsumen untuk datang berbelanja.⁷⁷ Lokasi juga harus memiliki tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha dengan mudah aman dan memiliki tempat parkir yang luas. Hal ini berarti semakin baik lokasi dalam sebuah usaha maka semakin baik juga kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang ditemukan Rustiana dan Edi Kurniawan yang berjudul kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen martabak

⁷⁷ChomsGaryGT Sibarani and dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Web: kitamenulis.id: Yayasan Kita Menulis, 2019), Hlm. 41-42.

Alim menyatakan bahwa “Variabel lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen martabak Alim”.⁷⁸

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Umami Mariana Siregar yang berjudul “determinan kepuasan pelanggan toko Fahma Plastik Pasar Gunung Tua Padang Lawas Utara” menyatakan bahwa lokasi tidak terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan toko Fahma Plastik Pasar Gunung Tua Padang Lawas Utara.⁷⁹

Dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak terdapat pengaruh kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden menunjukkan bahwa setuju dengan lokasi yang ada di grosir Saidah baik itu.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada penelitian ini, diketahui bahwa pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara yaitu hasil uji simultan menyatakan bahwa $f_{hitung} < f_{tabel}$ disimpulkan bahwa secara

⁷⁸Edi Kurniawan, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Martabak Alim”, Vol 05, No. 03 (2020): Hlm. 40.

⁷⁹Umami Mariana Siregar, Determinan Kepuasan Pelanggan Toko Fahma Plastik Pasar Gunung Tua Padang Lawas Utara, *Skripsi IAIN Padangsidimpuan*, (Juni 2021), Hlm. 105.

simultan harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

Harga, kualitas produk dan lokasi mempunyai hubungan yang sangat penting, karena pada umumnya konsumen berpendapat bahwa produk yang berkualitas baik selalu dibanderol dengan harga yang tinggi juga. Walaupun pendapat ini tidak sepenuhnya benar, tetapi informasi ini perhatikan dalam menentukan harga produk karena harga merupakan salah atau faktor dalam proses kepuasan konsumen. Begitu juga dengan lokasi, karena lokais yang menarik akan meningkat minat konsumen untuk berbelanja kembali ke grosir atau ke toko jualan kita.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Bentar dan Maduretto Widowati yang berjudul pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada warung special sambal/ SS) menyatakan bahwa “Variabel kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (studi kasus pada warung special sambal/ SS).⁸⁰Dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada Grosir Saidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan

⁸⁰Maduretno Widowati and Bentar, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Warung Spes ial Sambal/ SS)”, *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Vol. 13, N0. 1 (June 2018): Hlm. 76.

Kabupaten Padang Lawas Utara. Dengan hasil yang dijawab oleh responden dalam kuesioner yang dibagikan.

E. Keterbatasan peneliti

Keseluruhan rangkaian kegiatan dalam penelitian telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket penelitian tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut. Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan.
3. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.

Dari banyaknya keterbatasan penelitian ini peneliti tetap berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
3. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.
4. Hasil uji secara simultan (uji f) dapat disimpulkan bahwa secara simultan antara harga, kualitas produk, dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada grosir

Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.

B. Saran

Setelah penelitian melakukan semua tahap-tahapan dan berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan dalam penelitian ini ada beberapa saran yang peneliti rangkum untuk penelitian dimasa yang akan datang, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik maupun yang berminat untuk mengangkat judul pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara agar menggali lagi faktor-faktor selain faktor yang sudah dibuat dalam penelitian ini.
2. Untuk grosir Saidah yang berada di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara agar memperhatikan harga, kualitas produk dan lokasi karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang besar dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Afrianty, Nonie, dkk, *Lembaga Keuangan Syariah*, Bengkulu: Zigie Utama 2021.
- Ali, Zainudin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- _____, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Bungin, Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Ghofur, Abdul, *Pengantar Ekonomi Syariah: Konsep Dasar Paradigma Pengembangan Ekonomi Syariah*, Depok: Grafindo Persada, 2017.
- Ghofur, Anshari Abdul, *Penerapan Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Kasmir, *Bank dan Lembaga keuangan lainnya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2017.
- Moleong, Lexy J, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2014.
- Nasser, Abdul dkk, *Audit Bank Syariah*, Jakarta: Kencana, 2020.
- Nor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2014.
- S, Burhanuddin, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Saleh, Abdul Rahman, *Literasi Informasi: untuk mahasiswa IPB*, Bogor: Perpustakaan IPB 2012.

Setiadi, Nugraha J, *Prilaku Konsumen Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana Pramedia Media Group, 2010.

Soemitra, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Edisi Kedua*, Jakarta: Kencana, 2017.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Umam, Khatibul dan H, Setiawan Budi Utomo, *Perbankan syariah Dasar-Dasar dan Dinamika Perkembangan di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.

Yaya,et.al Rizal, *Akutansi Perbankan Syariah Teori Praktik dan Kontemporer*, Jakarta: Selemba Empat, 2009.

Sumber Jurnal

Farwitawati, Reni, Literasi Keuangan Syariah Dikalangan Guru dan Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Perpajakan Riau, *Jurnal Pendidikan dan Pelatihan* . Vol.3, No. 1. April 2019.

Harahap, Darwis dan Rahmat Husein Lubis, Problematika Perilaku Konsumen Lembaga Keuangan dan Perbankan Islam. *Human Falah Jurnal Of Syariah Banking* Volume 8. No. 1 Januari-Juni 2021.

Izzah, Nurul, *Edukasi Untuk Meningkatkan Literasi Keuangan Syariah di Desa Huta Raja, Kabupaten Mandailing Natal. Community Empowemen* Vol. 6. No. 3. Tahun 2021.

Ihkwan, Muhammad Taufiq El, Determinan Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*. Tahun 2019.

Isa, Muhammad, Pengetahuan Masyarakat Desa Hutatonga Kecamatan Panyabungan Barat Tentang Perbankan syariah. *At-Tijarah Jurnal Of Syariah Banking*, vol. 3, No. 2, Desember 2017.

Nofinawati, Akad dan Produk Perbankan Syariah. *Fitrah, Jurnal Of Syariah Banking* Vol. 08 No. Juli-Desember 2014.

Rahmaton, Syifa Ayumiati, Tingkat Literasi Keuangan Syariah. *JHBIZ Global Jurnal Banking And Finance*. Vol.1, No. 2. Tahun 2018.

Siregar, Rizal Ma'aruf Amidy, Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pedagang Pasar di Kota Padangsidempuan, *Jurnal Iqtisaduna*, Vol. 4. No. 2 Desember 2018.

Suryani, Susie dan Surya Ramadhan, Analisis Literasi Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro di Kota Pekanbaru, *Jurnal Of Economic Buisness and Accounting (COSTING)*. Volume 1 No. 1, Desember 2017.

Sumber Skripsi

Cahyanti, Deby Hana, Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Religiuitas Masyarakat, dan Keterjangkauan Akses Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Yogyakarta). *Skripsi* 2018.

Dewa, Hery Indra Saputra, Fakto-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah dan Relevansinya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Studi Kasus di Desa Banarjoyo Kecamatan Batang Hari, Lampung Timur). *Skripsi IAIN Metro* 2019.

Ismanto, Kwat, “Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Pekalongan)”. *Skripsi IAIN Pekalongan* 2018.

Kartini, Putri, Literasi Masyarakat Kecamatan Muara Komam Tentang Lembaga Keuangan Syariah. *Skripsi Universitas Islam Negeri Antasari*, 2020.

Wahyu, Rahmaton, Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Kota Banda Aceh. *Skripsi*, 2019.

Sumber Lain

Hasil Wawancara Yusuf, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 25 januari 2022, pukul 13.56 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Mardiah, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 09.10 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Mely, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 14.46 WIB.

Hasil Wawancara dengan Bapak Abdul Mukti, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 15.40 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Lisda Lena, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 29 Maret 2022 pukul 15.40 WIB.

Hasil Wawancara dengan Bapak Rizki, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 31 Maret 2022 pukul 12.46 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Khadijah, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 31 Maret 2022 pukul 10.12 WIB.

Hasil Wawancara dengan Bapak Syahdi, selaku masyarakat Hutapungku Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 31 Maret 2022 pukul 11.34 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Sofia, selaku masyarakat Hutapungkut Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 31 Maret 2022 pukul 15.22 WIB.

Hasil Wawancara dengan Ibu Lanna, selaku masyarakat Hutapungkut Julu Kec. Kotanopan pada tanggal 31 Maret 2022 pukul 16.31 WIB.

<https://unsoer.ac.id/dnia-kampus/pengertian-literasi-menurut-para-ahli> tujuan manfaat-jenis-dan-prinsip/ diakses pada tanggal 26 januari 2022 pukul 17.06 WIB.

Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemah, Bandung: Madina, 2012.

Literasi menurut Mariam Webster, <https://www.meriam-webster.com>. diakses pada tanggal 26 januari 2022 pukul 07.25.

Literasi Pada *Nominal Institute for Literacy*
<https://www.federalregister.gov/documents/2008/12/04/E828719/national-institute-for-literacy-advisory-board> diakses pada tanggal 26 januari 2022 pukul 07.40.

Otoritas Jasa Keuangan, Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/survei-nasional-literasi-nklusi-keuangan-2019.aspx>. Diakses pada tanggal 12 Januari 2022 pukul 16.35.

Shiddieqy Hasbi Ash, Tafsir al-Bayan, Almaarif, Bandung: Madina, 2012.

Shihab, Muhammad Quraish, Tafsir Quraish Shihab. <https://quranhadits.com/quran/2-al-baqarah/al-baqarah-ayat-188/> diakses tanggal 26 januari 2022 pukul 22.59 WIB.

Safari, Irfan, "Berbagai Jenis Literasi", dalam [Www.Irfansafari.blogspot.Com](http://www.Irfansafari.blogspot.Com). di unduh pada 29 desember 2021.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS PRIBADI

Nama : ROSMAYANI HARAHAP
Nim : 17 402 00141
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 9 dari 9 bersaudara
Tempat/ Tanggal Lahir : Bandar Palas, 03 Maret 1999
Alamat : Bandar Palas, Ujung Gading
Agama : Islam
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

B. NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Alm. Halomoan Harahap
Nama Ibu : Almh. Nur Cahaya Siregar
Pekerjaan : -
Alamat : Bandar Palas, Desa Ujung Gading
No. Hp : 085360161760

C. PENDIDIKAN

Tahun 2005-2011 : SDN 118180 SIDONOK
Tahun 2011-2014 : PP. Asshiddiqiyah Simandiingin
Tahun 2011-2016 : PP. Tarbiyah Islamiyah Hajoran
Tahun 2017-2022 : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan
Motto Hidup : Jadikan Dirimu Motivasi Terbaik mu

SURAT VALIDASI ANGGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

NIP : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Sidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara."

Yang disusun oleh:

Nama : Rosmayani Harahap

Nim : 17 402 00141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.

NIP : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Grosir Sidah Di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas Utara.”

Yang disusun oleh:

Nama : Rosmayani Harahap

Nim : 17 402 00141

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

4.
5.
6.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN KONSUMEN (Y)**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\checkmark) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Terpenuhinya harapan konsumen	1,2,3			
Loyalitas	4,5,6			
Kesediaan merekomendasikan	7,8			

Catatan:

.....
.....
.....

Padangsidempuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET HARGA (X₁)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (\surd) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Keterjangkauan harga	1,2.			
Daya saing harga	4,5,6			
Kesesuaian harga dengan kualitas produk	7,8			

Catatan:

.....
.....

.....

Padangsidempuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PRODUK (X₂)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Reliability	1,2			
Durability (Daya tahan)	3,4			
Conformance (Kesesuaian)	5,6			
Performance (Kinerja)	7,8			

Catatan:

.....
.....

.....

Padangsidempuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOKASI (X₃)

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Reliability	1,2			
Durability (Daya tahan)	3,4			
Conformance (Kesesuaian)	5,6			
Performance (Kinerja)	7,8			

Catatan:

.....
.....

.....

Padangsidempuan, Februari 2022

Validator

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si.
NIDN. 2013018301

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Member pelanggan :
6. Lama menjadi pelanggan :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

Daftar Pertanyaan:**1. Angket Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Barang yang disediakan sesuai dengan keinginan konsumen.					
2	berminat kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.					
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan grosir Saidah.					
4	Menyarankan kepada konsumen lain agar berbelanja di grosir Saidah.					
5.	Melakukan pembelian ulang pada grosir Saidah.					
6.	Saya tidak akan berbelanja kembali pada grosir Saidah karena kualitas produk yang diberikan kurang memuaskan.					
7.	Berminat untuk berkunjung kembali ke grosir Saidah karena harga produk yang diberikan sesuai dengan manfaat.					
8.	Merekomendasikan grosir Saidah ke teman karena kualitas produk yang baik.					

2. Angket Harga (X₁)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan berbagai macam produk yang tersedia di Grosir Saidah					
2.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang tersedia di grosir saidah					
3.	Harga yang ditetapkan oleh grosir saidah relative mahal dari grosir lainnya.					
4.	<i>Cash bone</i> yang diberikan grosir Saidah dapat menarik minat beli konsumen					

5.	Harga yang ditetapkan grosir Saidah terjangkau					
6.	Grosir Saidah memiliki harga produk yang sesuai dengan manfaat yang diterima					
7.	Ketika pembelian lebih dari seratus ribu dapat potongan harga.					
8.	Penetapan harga produk grosir Saidah sesuai dengan kuantitas yang ada					

3. Kualitas Produk (X₂)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Grosir Saidah memmberikan pelayanan yang maksimal.					
2.	Tidak ada kecacatan pada produk yang ditawarkan grosir Saidah.					
3.	Daya tahan produk pada grosir Saidah sesuai dengan spesifikasi produk.					
4.	Saya merasa produk pada grosir Saidah sering mengalami kerusakan.					
5.	Grosir Saidah menerima pengembalian produk apabila terdapat kerusakan pada produk.					
6.	Saya berbelanja pada grosir Saidah karena kualitas barang sesuai dengan yang saya inginkan.					
7.	Produk yang ditawarkan grosir Saidah memiliki kualitas yang baik.					
8.	Produk apapun yang dibutuhkan ada di grosir Saidah.					

4. Angket Lokasi (X₃)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Tempat digrosir Saidah memiliki parkirana yang luas.					
2.	Kondisi lingkungan di sekitar grosir Saidah aman.					
3.	Lokasi grosir Saidah dekat dan					

	terlihat dari jalan raya.					
4.	Grosir Saidah memiliki lokasi yang strategis .					
5.	Lokasi grosir Saidah dekat dengan pemukiman warga.					
6.	Akses menuju grosir Saidah mudah dan tidak macet					
7.	Lingkungan di sekitar grosir Saidah nyaman.					
8.	Tersedianya tempat duduk pelanggan yang membeli.					

4.	Grosir Saidah memiliki lokasi yang strategis .					
5.	Lokasi grosir Saidah dekat dengan pemukiman warga.					
6.	Akses menuju grosir Saidah mudah dan tidak macet					
7.	Lingkungan di sekitar grosir Saidah nyaman.					
8.	Tersedianya tempat duduk pelanggan yang membeli.					

Lampiran 3. Tabulasi Angket

Tabulasi Angket kepuasan konsumen

No.	Kk.1	Kk.2	Kk.3	Kk.4	Kk.5	Kk.6	Kk.7	Kk.8	TOTAL Y
1	4	4	4	4	4	4	4	3	31
2	4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	4	4	4	3	3	3	27
4	4	4	4	5	4	3	4	3	31
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	3	4	4	4	4	4	3	30
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	4	5	4	4	4	5	4	35
11	3	3	4	4	4	4	4	4	30
12	3	3	5	5	4	4	3	3	30
13	4	4	5	5	5	5	4	3	35
14	4	4	5	5	4	4	4	4	34
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	3	4	4	4	4	4	3	30
19	4	3	4	4	4	4	4	3	30
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	3	4	4	4	4	4	3	30
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	3	3	5	5	3	3	3	28
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	5	4	4	4	4	4	33
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	3	3	4	3	3	4	3	3	26

Tabulasi Angket Harga

No.	Hrg.1	Hrg.2	Hrg.3	Hrg.4	Hrg.5	Hrg.6	Hrg.7	Hrg.8	TOTAL X1
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	5	4	4	4	4	4	4	33
3	5	5	5	4	4	5	4	4	36
4	3	4	3	4	4	4	4	4	30
5	4	3	3	3	3	3	4	4	27
6	4	4	4	4	4	4	5	4	33
7	5	4	4	4	5	5	4	4	35
8	4	4	5	4	4	4	3	4	32
9	4	3	4	3	4	3	4	4	29
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	3	3	4	4	3	4	4	29
12	3	4	4	4	4	3	5	4	31
13	3	5	5	4	5	3	5	4	34
14	3	4	3	4	4	3	4	4	29
15	4	4	4	4	3	4	4	4	31
16	5	4	5	4	4	5	4	4	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	5	4	5	4	4	4	4	34
22	3	4	4	4	4	4	4	3	30
23	4	4	5	3	4	3	4	4	31
24	4	4	5	4	5	3	4	4	33
25	4	4	4	4	5	5	4	4	34
26	4	4	5	5	3	2	3	4	30
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	3	4	5	4	4	4	4	4	32
29	3	4	4	4	5	3	4	4	31
30	4	5	4	5	4	4	5	4	35
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	5	5	5	5	5	5	4	5	39
33	5	4	4	4	5	5	4	3	34
34	4	5	4	4	5	4	4	4	34
35	5	5	4	5	4	3	5	5	36
36	4	4	5	4	4	5	4	4	34

37	4	4	4	3	5	5	4	4	33
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	4	4	4	4	4	4	34
42	3	4	4	4	4	3	4	4	30
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	3	4	3	4	2	4	4	28
45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	4	4	5	5	5	4	35
47	5	4	5	4	5	5	5	4	37
48	5	5	5	5	5	5	5	4	39
49	4	4	4	4	5	4	4	4	33
50	5	4	4	4	4	4	4	4	33
51	4	4	4	3	4	4	4	3	30
52	4	4	3	4	5	5	5	4	34
53	3	4	3	4	4	4	4	4	30
54	4	4	4	5	5	4	4	4	34
55	4	4	4	3	3	3	4	4	29
56	4	4	5	3	4	3	4	4	31
57	4	5	5	5	4	5	5	4	37
58	4	5	4	4	4	3	4	4	32
59	4	4	3	4	5	4	4	4	32
60	4	4	4	3	4	3	4	4	30
61	3	4	4	4	4	4	5	4	32
62	5	5	5	4	5	4	5	5	38
63	4	4	4	4	4	3	4	4	31
64	3	5	3	4	5	5	4	5	34
65	4	4	4	4	4	4	4	5	33
66	5	5	4	5	5	5	5	5	39
67	4	4	5	4	5	4	3	5	34
68	5	3	5	3	4	4	5	4	33
69	3	3	3	3	3	3	3	3	24
70	3	3	3	3	3	3	3	3	24
71	4	3	3	3	3	3	3	3	25
72	4	3	3	3	3	3	3	3	25
73	4	3	3	3	3	3	3	3	25
74	4	3	3	3	3	3	3	3	25

Tabulasi Angket Kualitas Produk

No	kp.1	kp. 2	kp.3	kp.4	kp.5	kp.6	kp.7	kp.8	Total
1	4	4	4	4	4	4	3	3	30
2	3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	3	4	4	4	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	3	3	3	3	3	3	3	25
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	4	4	4	4	4	3	31
8	3	3	3	3	4	4	4	4	28
9	4	4	4	4	4	4	3	3	30
10	3	4	4	4	4	4	3	3	29
11	3	3	3	3	3	3	3	3	24
12	4	4	3	3	3	3	3	3	26
13	5	4	5	4	4	4	4	4	34
14	4	4	3	3	3	3	4	4	28
15	3	3	4	4	4	4	4	4	30
16	4	4	4	4	4	4	3	3	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	3	3	3	3	4	4	4	4	28
19	4	4	4	4	4	5	5	5	35
20	5	5	5	5	5	4	4	4	37
21	4	4	4	4	3	3	3	3	28
22	3	3	4	4	4	4	4	4	30
23	4	4	4	4	4	4	3	3	30
24	4	4	4	4	3	3	3	3	28
25	3	3	3	3	3	3	3	4	25
26	4	4	4	5	5	5	4	4	35
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	3	4	3	4	3	4	3	28
29	5	5	4	4	4	4	4	4	34
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	4	4	4	3	3	3	3	3	27
32	5	4	4	5	5	5	4	4	36
33	4	4	4	4	4	4	3	3	30
34	4	4	4	3	3	3	3	3	27
35	4	4	4	3	3	3	3	3	27
36	4	3	3	3	3	3	3	3	25
37	4	5	4	5	5	4	4	4	35

Tabulasi Angket Lokasi

No	LK.1	LK.2	LK.3	LK.4	LK.5	LK.6	LK.7	LK.8	Total X2
1	3	3	3	3	3	3	3	2	23
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	3	3	3	3	3	3	3	25
4	4	3	3	3	3	2	2	2	22
5	4	4	3	3	3	3	3	3	26
6	4	4	3	3	3	3	3	3	26
7	4	4	4	4	4	4	3	3	30
8	4	4	5	4	4	4	4	4	33
9	4	4	5	4	4	4	4	4	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	4	5	4	33
12	4	4	4	3	4	3	4	4	30
13	4	4	4	4	4	4	5	5	34
14	4	4	4	4	4	4	4	5	33
15	4	4	4	4	4	4	3	3	30
16	5	4	4	4	4	4	4	4	33
17	3	3	3	3	5	5	5	5	32
18	4	5	4	4	4	4	4	4	33
19	4	4	4	4	4	5	5	5	35
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	5	5	5	5	4	4	4	37
22	4	3	3	4	3	3	3	4	27
23	3	4	4	4	4	4	4	3	30
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	4	5	5	5	5	5	4	38
27	5	5	4	4	4	5	5	5	37
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	4	4	5	5	4	4	4	4	34
37	4	4	3	4	4	3	4	5	31
38	5	4	4	3	4	4	3	3	30
39	3	4	4	3	4	3	3	4	28

40	5	4	5	4	4	4	3	4	33
41	4	4	3	5	4	3	4	4	31
42	4	5	4	4	5	5	5	5	37
43	3	3	3	3	3	4	3	3	25
44	5	4	4	3	4	3	4	4	31
45	3	5	4	4	4	5	3	4	32
46	4	5	5	5	5	4	5	5	38
47	4	4	3	3	4	4	4	4	30
48	4	4	5	4	4	4	3	3	31
49	4	4	3	4	3	3	5	3	29
50	5	3	4	5	4	3	5	5	34
51	4	5	4	5	4	4	4	4	34
52	5	4	4	4	4	5	4	5	35
53	4	5	5	5	5	5	4	4	37
54	5	5	5	5	5	4	4	4	37
55	4	5	5	5	5	5	5	5	39
56	5	4	4	4	4	4	4	4	33
57	4	4	3	3	4	3	4	4	29
58	5	5	4	5	4	4	4	4	35
59	4	5	5	4	4	4	4	4	34
60	4	4	4	4	5	4	3	4	32
61	5	5	5	4	5	4	4	5	37
62	3	3	3	4	3	4	5	3	28
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	3	3	3	4	4	4	3	4	28
65	5	5	5	4	5	5	5	5	39
66	4	4	4	4	3	4	4	4	31
67	3	4	4	4	4	4	4	4	31
68	4	5	4	4	4	4	5	5	35
69	4	4	4	5	4	4	4	4	33
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	5	4	3	4	3	4	4	31
72	4	4	4	3	4	4	4	5	32
73	5	3	4	4	4	4	5	4	33
74	4	5	4	3	3	5	4	4	32

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Output kepuasan konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	28.89	11.194	.787	.855
Y.2	29.03	10.931	.726	.860
Y.3	28.65	12.286	.635	.871
Y.4	28.65	12.587	.549	.878
Y.5	28.74	11.728	.770	.859
Y.6	28.84	11.809	.615	.872
Y.7	29.05	11.476	.644	.869
Y.8	29.24	11.228	.559	.883

Output Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28.03	9.040	.389	.828
X1.2	27.97	8.081	.698	.787
X1.3	27.99	8.589	.467	.819
X1.4	28.12	8.437	.603	.801
X1.5	27.89	8.153	.629	.796
X1.6	28.18	7.818	.553	.810
X1.7	27.96	8.670	.553	.807

X1.8	28.05	8.956	.579	.807
------	-------	-------	------	------

Output Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	26.80	9.068	.456	.866
X2.2	26.89	8.700	.603	.848
X2.3	26.88	8.958	.596	.849
X2.4	26.85	8.183	.773	.828
X2.5	26.78	8.446	.761	.831
X2.6	26.82	8.476	.741	.833
X2.7	26.96	8.916	.552	.854
X2.8	27.03	9.314	.452	.864

Output Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	28.50	15.212	.542	.899
X3.2	28.49	14.445	.677	.887
X3.3	28.59	13.888	.747	.881
X3.4	28.64	14.290	.670	.888
X3.5	28.58	14.110	.800	.877
X3.6	28.65	14.149	.687	.886
X3.7	28.61	14.077	.649	.890
X3.8	28.58	13.754	.718	.884

Lampiran 6 Uji Analisis Deskriptif

Output Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	74	24	40	32.96	3.911
X1	74	24	39	32.03	3.285
X2	74	24	37	30.72	3.350
X3	74	22	40	32.66	4.282
Valid N (listwise)	74				

Output Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.99220528
Most Extreme Differences	Absolute	.213
	Positive	.213
	Negative	-.111
Test Statistic		.213
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.950	6.977		3.146	.002		
	harga	-.102	.131	-.086	-.781	.437	.988	1.012
	kualitas produk	.459	.128	.393	3.575	.001	.982	1.018
	lokasi	.005	.100	.006	.053	.958	.992	1.009

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.145	4.431		.033	.974
	harga	-.109	.083	-.153	-1.321	.191
	kualitas produk	.147	.082	.208	1.798	.076
	lokasi	.045	.063	.081	.706	.483

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.959	6.903		3.181	.002
	harga	-.092	.129	-.078	-.713	.478
	kualitas produk	.456	.127	.395	3.589	.001
	lokasi	.000	.099	.000	-.001	.999

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

Output Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.959	6.903		3.181	.002
	harga	-.092	.129	-.078	-.713	.478
	kualitas produk	.456	.127	.395	3.589	.001
	lokasi	.000	.099	.000	-.001	.999

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Output Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.098	3	61.366	4.726	.005 ^b
	Residual	908.888	70	12.984		
	Total	1092.986	73			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), lokasi, harga, kualitas produk

Output Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.133	3.603

a. Predictors: (Constant), lokasi, harga, kualitas produk



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 24/03/2022. Pukul 15:11 Wib.



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 24/03/2022. Pukul 14:24 Wib.



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 24/03/2022. Pukul 16:46 Wib.



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 24/03/2022. Pukul 14:23 Wib.



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 24/03/2022. Pukul 14:19 Wib.



Dokumentasi dengan Konsumen Grosir Saidah di Desa Rokan Baru Kec. Halongonan, Kab. Padang Lawas Utara. Pada Tgl 25/03/2022. Pukul 13:29 Wib.