

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO SEMBAKO H. NURDIN DI  
KECAMATAN CIKARANG UTARA**

**Skripsi diajukan untuk melengkapi  
Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen Ekonomi**

Oleh

Andri 41183402190215



Strata 1

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45  
FAKULTAS EKONOMI  
BEKASI  
2025**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Di Sembako Toko H. Nurdin Di Kecamatan Cikarang Utara**

Tanggal: 16 Juli 2025

Oleh

Andri

NPM: 41183402190215

Disetujui,

Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

## **TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

### **Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara**

Tanggal: 23 Juli 2025

Oleh

Andri

NPM: 41183402190215

Diuji Oleh,

Penguji I



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

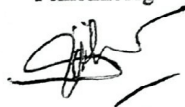
Penguji II



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.



### PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andri  
NPM : 41183402190215  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Email : [andriFebrian2024@gmail.com](mailto:andriFebrian2024@gmail.com)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Sembako Toko H. Nurdin Di Kecamatan Cikarang Utara (Studi Kasus pada Pelanggan Di Pasar Kecamatan Cikarang Utara)” merupakan hasil karya orisinal saya sendiri. Penelitian ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan analisis pribadi, tanpa menyalin atau menjiplak karya ilmiah orang lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun, kecuali jika disebutkan secara jelas dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat pelanggaran berupa plagiarisme atau bentuk penyimpangan lainnya, maka saya bersedia menerima segala bentuk konsekuensi dan sanksi sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.

Bekasi, 16 Juli 2025.





## ABSTRAK

Andri (41183402190215)

Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara.

xviii +194 halaman + 30 tabel + 1 grafik + 2 gambar + 2025 + 34 lampiran

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah dalam penelitian ini dapat dijelaskan tentang pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko sembako H. Nurdin Di Kecamatan Cikarang Utara. Dalam skripsi ini, peneliti berusaha mengungkap pengaruh faktor- kepuasan pelanggan pada sebuah toko sembako H. Nurdin, sebuah isu yang semakin relevan di era persaingan dunia bisnis globalisasi saat ini semakin tinggi. modern ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji linier berganda, uji t (uji parsial), uji f (uji simultan), dan uji koefisien determinasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan jawaban responden dan hasil pengolahan data diperoleh dari persamaan regresi linear berganda yaitu  $Y = -2,445 + 0,028 (X1) + 0,013 (X2) + 0,483 (X3) + e$  artinya pada setiap variabel  $X1$ ,  $X2$ , dan  $X3$ , memiliki nilai positif terhadap  $Y$  untuk  $R^2$  sebesar 90,2% dan sisanya sebesar 9,8% dipengaruhi harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis anova (uji F), diperoleh F hitung sebesar 296,076 dan F tabel 2,70 dengan angka signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya bahwa variabel harga, lokasi dan kualitas produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jika ditinjau secara terpisah dari hasil uji t diperoleh hasil variabel harga ( $X1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,011 < 0,50$ , variabel lokasi ( $X2$ ) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan signifikansi  $0,414 < 0,50$ , dan variabel kualitas produk ( $X3$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,50$ .

Kata kunci : Harga, lokasi dan kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka: 58 (2015-2023)

## KATA PENGANTAR

*Bismillahir-rahmaanir-rohim*

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan pujidan syukur ke hadirat Allah Swt. atas tercapainya proses penyelesaian penelitian ini sebagai syarat utama kelulusan peneliti selaku mahasiswa Program Studi Manajemen 2019, Universitas Islam 45 Bekasi, dengan mengambil toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi sebagai objek penelitian sejak 2020–2025.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Pada kesempatan yang baik ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan dalam penyusunan penelitian ini:

1. Kepada Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Lutpiyah Juliandra, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si selaku Dekan Studi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M dan Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M selaku dosen penguji.
5. Peneliti mengucapkan bayak terima kasih kepada pihak toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara yang sudah memberikan izin tempat untuk data penelitian. Peneliti juga mengucapkan bayak terimakasih kepada seluruh pelanggan yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi responden pada penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu serta adik-adik saya yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan, dan kasih sayang tiada henti. Sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan, yang senantiasa memberikan semangat, ide dan dukungan positif.
8. Rekan- rekan yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti memohon maaf apabila terdapat kekurangan atau kesalahan dalam penelitian maupun penyajian karya ini. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Peneliti berharap, semoga karya tulis ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi pembaca dan masyarakat luas. Akhirnya, penelitian berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bekasi, 16 Juli 2025

Peneliti

Andri



## DAFTAR ISI

|                                                                |      |
|----------------------------------------------------------------|------|
| TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....                                | ii   |
| TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....                                 | iii  |
| ABSTRAK .....                                                  | v    |
| KATA PENGANTAR.....                                            | vi   |
| DAFTAR ISI.....                                                | viii |
| DAFTAR TABEL.....                                              | xiii |
| DAFTAR GRAFIK.....                                             | xv   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                            | xvi  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                           | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                         | 1    |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian.....                             | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                                       | 10   |
| 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....                        | 11   |
| 1.4 Ruang Lingkup .....                                        | 11   |
| 1.5 Sistematika Penelitian.....                                | 12   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                  | 14   |
| 2.1 Manajemen Pemasaran .....                                  | 14   |
| 2.2 Bauran Pemasaran .....                                     | 14   |
| 2.3 Kepuasan Pelanggan.....                                    | 15   |
| 2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....                       | 15   |
| 2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ..... | 16   |
| 2.3.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....                         | 17   |
| 2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan .....                       | 18   |

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.4 Harga (X1).....                                         | 18 |
| 2.4.1 Pengertian Harga .....                                | 18 |
| 2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga.....  | 19 |
| 2.4.3 Strategi Penetapan Harga.....                         | 20 |
| 2.4.4 Indikator Harga.....                                  | 22 |
| 2.5 Lokasi (X2).....                                        | 23 |
| 2.5.1 Pengertian Lokasi .....                               | 23 |
| 2.5.2 Pentingnya Lokasi Strategis .....                     | 23 |
| 2.5.3 Faktor Dalam Menentukan Lokasi .....                  | 24 |
| 2.5.4 Indikator Lokasi.....                                 | 25 |
| 2.6 Kualitas Produk (X3).....                               | 26 |
| 2.6.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk ..... | 27 |
| 2.6.2 Indikator Kualitas Produk.....                        | 27 |
| 2.7 Penelitian Terdahulu.....                               | 28 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran .....                                | 32 |
| 2.9 Perumusan Hipotesis .....                               | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                             | 37 |
| 3.1 Desain Penelitian .....                                 | 37 |
| 3.1.1 Metode Penelitian .....                               | 37 |
| 3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian .....                       | 38 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....                     | 38 |
| 3.3.1 Populasi .....                                        | 38 |
| 3.3.2 Sampel .....                                          | 39 |
| 3.3.3 Penentuan Populasi dan Sampel .....                   | 40 |
| 3.4 Jenis dan Sumber Data.....                              | 41 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                            | 42 |
| 3.5.1 Observasi .....                                       | 42 |

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| 3.5.2 Kuesioner.....                                  | 43 |
| 3.5.3 Wawancara .....                                 | 44 |
| 3.5.4 Studi Pustaka .....                             | 44 |
| 3.6 Instrumen Penelitian .....                        | 45 |
| 3.6.1 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....           | 45 |
| 3.6.2 Variabel Harga (X1).....                        | 46 |
| 3.6.3 Variabel Lokasi (X2).....                       | 47 |
| 3.6.4 Variabel Kualitas Produk (X3).....              | 49 |
| 3.7 Variabel Penelitian .....                         | 50 |
| 3.7.1 Variabel Dependen.....                          | 50 |
| 3.7.2 Variabel Independen .....                       | 50 |
| 3.8 Metode Analisis Data.....                         | 50 |
| 3.9 Uji Kualitas Data .....                           | 51 |
| 3.9.1 Uji Validitas Data.....                         | 51 |
| 3.10 Uji Reliabilitas .....                           | 52 |
| 3.11 Uji Asumsi Klasik.....                           | 53 |
| 3.12 Analisis Data dan Uji Hipotesis .....            | 54 |
| 3.12.1 Uji T.....                                     | 55 |
| 3.12.2 Uji F (Uji Kecocokan) .....                    | 56 |
| 3.12.3 Uji Analisis Linier Berganda .....             | 57 |
| 3.12.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....           | 57 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                     | 58 |
| 4.1 Deskriptif Objek Penelitian .....                 | 58 |
| 4.1.1 Sejarah Toko Sembako H. Nurdin .....            | 58 |
| 4.1.2 Visi-Misi Toko Sembako H. Nurdin .....          | 58 |
| 4.1.3 Struktur Organisasi Toko Sembako H. Nurdin..... | 59 |
| 4.2 Deskripsi Subjek Penelitian.....                  | 61 |

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.2.1 Profil Responden .....                                                | 61 |
| 4.3 Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....                     | 63 |
| 4.3.1 Deskripsi Hasil Uji Validitas .....                                   | 63 |
| 4.3.2 Deskripsi Hasil Uji Reabilitas .....                                  | 67 |
| 4.4 Deskripsi Subjek Penelitian.....                                        | 67 |
| 4.4.1 Pofil Responden.....                                                  | 67 |
| 4.5 Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....                     | 69 |
| 4.5.1 Deskripsi .....                                                       | 69 |
| 4.5.2 Deskripsi Hasil Uji Reabilitas .....                                  | 73 |
| 4.6 Deskripsi Analisis Data.....                                            | 74 |
| 4.6.1 Deskripsi Jawaban atas Kepuasan Pelanggan (Y) .....                   | 74 |
| 4.6.2 Deskripsi Jawaban Responden atas Validitas Harga (X1) .....           | 76 |
| 4.6.3 Deskripsi Jawaban Responden atas Validitas Lokasi (X2).....           | 78 |
| 4.6.4 Deskripsi Jawaban Responden atas Validitas Kualitas Produk (X3) ..... | 81 |
| 4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                           | 83 |
| 4.7.1 Hasil Uji Normalitas .....                                            | 83 |
| 4.7.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....                                     | 84 |
| 4.7.3 Hasil Uji Heteroskedestitas.....                                      | 85 |
| 4.8 Analisis Data Dan Uji Hipotensis .....                                  | 86 |
| 4.8.1 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....                           | 86 |
| 4.8.2 Uji F (Uji Kecocokan) .....                                           | 88 |
| 4.8.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                          | 89 |
| 4.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....                      | 90 |
| 4.9 Pembahasan .....                                                        | 91 |
| 4.9.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....                      | 93 |
| 4.9.2 Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan .....                     | 95 |
| 4.9.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....            | 96 |
| 4.9.4 Pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y .....                              | 98 |

|                                  |     |
|----------------------------------|-----|
| 4.9.5 Kelemahan Penelitian ..... | 99  |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....    | 100 |
| 5.1 Simpulan.....                | 100 |
| 5.2 Saran.....                   | 101 |
| DAFTAR PUSTAKA .....             | 104 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Pra Survey Kepuasan Pelanggan .....                          | 5  |
| Tabel 1.2 Perbandingan Harga Antara Para Toko - toko sembako.....      | 6  |
| Tabel 1.3 Pra Survey Harga .....                                       | 7  |
| Tabel 1.4 Pra Survey Lokasi .....                                      | 8  |
| Tabel 1.5 Pra Survey Kualitas Produk .....                             | 9  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                    | 29 |
| Tabel 3.1 Alternatif Jawaban Skala Likert .....                        | 51 |
| Tabel 4.1 Data Katarakteristik toko sembako H. Nurdin Di.....          | 61 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....             | 64 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Harga (X1) .....                         | 64 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Lokasi (X2).....                         | 65 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3) .....               | 66 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....              | 67 |
| Tabel 4.7 Data Karakteristik toko sembako H. Nurdin.....               | 68 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) .....             | 70 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga (X1) .....                         | 71 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Lokasi (X2).....                        | 71 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3) .....              | 72 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian .....             | 73 |
| Tabel 4.13 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel .....              | 74 |
| Tabel 4.14 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X1).....    | 76 |
| Tabel 4.15 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi (X2) .....  | 78 |
| Tabel 4.16 Skor Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3) ..... | 81 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....                                   | 84 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinearitas .....                           | 85 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                         | 86 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji T.....                                            | 87 |
| Tabel 4.21 Uji F (Uji Kecocokan).....                                  | 88 |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.22 Uji Regresi Linier Berganda .....        | 89 |
| Tabel 4.23 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )..... | 90 |

## **DAFTAR GRAFIK**

|                                                            |   |
|------------------------------------------------------------|---|
| Grafik 1.1 Data Pembelian Pelanggan Tahun 2020- 2023 ..... | 3 |
|------------------------------------------------------------|---|

## DAFTAR GAMBAR

|                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....                           | 33 |
| Gambar 4.0.1 Stuktur Organisasi toko sembako H. Nurdin ..... | 59 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Uji Validitas dan Reliabilitas ke 30 Responden.....          | 109 |
| Lampiran 2: Jawaban Kuesioner Responden Variabel Harga (X1).....                  | 117 |
| Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner 30 Responden Variabel Lokasi (X2).....         | 118 |
| Lampiran 4 Hasil Jawaban Kuesioner 30 Responden Variabel (X3) .....               | 120 |
| Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden Variabel (Y) .....         | 122 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Harga (X1).....              | 123 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Validitas 30 Responden Variabel Lokasi (X2).....             | 125 |
| Lampiran 8 Hasil Validitas 30 Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....        | 127 |
| Lampiran 9 Hasil Validitas 30 Responden Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....     | 134 |
| Lampiran 10 Hasil Reliabilitas 30 Responden .....                                 | 135 |
| Lampiran 11 Kuesioner Sesudah Dilakukan Uji Validitas dan ke 100 Responden ...    | 137 |
| Lampiran 12 Hasil Jawaban Kuesioner 100 Responden Variabel Harga (X1).....        | 145 |
| Lampiran 13 Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden Variabel Lokasi (X2) ... | 148 |
| Lampiran 14 Hasil Jawaban 100 Responden Variabel Kualitas Produk (X3).....        | 154 |
| Lampiran 15 Hasil Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....                   | 162 |
| Lampiran 16 Hasil Uji Validitas 100 Responden Variabel Harga (X1).....            | 165 |
| Lampiran 17 Hasil Uji Validitas 100 Responden Lokasi (X2).....                    | 167 |
| Lampiran 18 Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden Variabel (X3).....       | 171 |
| Lampiran 19 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) .....  | 174 |
| Lampiran 20 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden .....                            | 175 |
| Lampiran 21 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                         | 177 |
| Lampiran 22 Uji Hipotesis Penelitian .....                                        | 179 |
| Lampiran 23 Tabel Distribusi T.....                                               | 180 |
| Lampiran 24 Tabel Distribusi Uji R.....                                           | 181 |
| Lampiran 25 Tabel uji F .....                                                     | 182 |
| Lampiran 26 Foto dan Transkrip Wawancara Bersama Pemilik Toko .....               | 183 |
| Lampiran 27 Hasil dan Foto Wawancara Bersama Pelanggan .....                      | 185 |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 28: Kuesioner <i>Online</i> dan <i>Offline</i> ..... | 187 |
| Lampiran 29 Audiensi Sempro.....                              | 188 |
| Lampiran 30 Surat Izin Penelitian.....                        | 190 |
| Lampiran 31 SK Pembimbing .....                               | 191 |
| Lampiran 32 Kartu Bimbingan Skripsi .....                     | 192 |
| Lampiran 33 Daftar Riwayat Hidup.....                         | 193 |
| Lampiran 34 Cek Turnitin .....                                | 194 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini semakin tinggi. Toko sembako adalah salah satu bentuk usaha yang dapat menjanjikan dalam persaingan bisnis, karena dalam kehidupan sehari-hari, manusia tentunya membutuhkan kebutuhan sembako khususnya bagi ibu rumah tangga. Toko sembako menyediakan barang-barang keperluan sehari-hari baik berupa makanan pokok dan perlengkapan. Kebutuhan sembako, misalnya beras, minyak goreng, telur, tepung, tepung terigu, gula putih, dan lain-lain. Semakin padatnya masyarakat, usaha toko sembako ini patut untuk dicoba, tidak perlu dengan keahlian khusus untuk memulai usaha ini. Modal utama sebenarnya hanya ketekunan dan keramahan dalam mendirikan suatu usaha. Usaha toko sembako tentunya tidak mengenal musiman atau pasang surut.

Di Cikarang Utara tentunya sudah banyak yang membuka usaha toko sembako. Namun jika kita lihat, toko sembako dalam penjualannya lebih ramai di pedesaan dibandingkan di kota. Karena jika di kota banyak persaingan perdagangan lainnya seperti supermarket, indogrosir, minimarket, toko *online*, dll. Sehingga masyarakat rentang untuk berbelanja ke pasar.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah toko sembako. Mereka yang puas cenderung akan kembali membeli produk atau layanan yang diberikan, merekomendasikan kepada orang lain, serta memberikan umpan balik positif tentang bisnis tersebut. Oleh karena itu, penting bagi bisnis toko sembako untuk memahami hal ini dan mengembangkan strategi yang efektif untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Strategi pemasaran menurut Tjiptono (2015:201) secara garis besar strategi pemasaran bisa dikelompokkan menjadi dua kategori: strategi permintaan primer (*primary demand strategies*) dan strategi permintaan selektif (*selective demand strategies*).

### **1. Strategi Permintaan Primer**

Strategi permintaan primer dirancang untuk menaikkan tingkat permintaan terhadap produk (*product form*) atau kelas produk (*product class*). Strategi permintaan primer biasanya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan pioner yang memasarkan bentuk produk baru. Pada prinsipnya, ada dua sumber untuk bentuk atau kelas produk, yaitu bukan pengguna (*non-user*) dan pengguna berpotensi memperbesar tingkat penggunaannya.

### **2. Perluasan Lini Produk**

Perusahaan dapat memperluas lini produk yang ditawarkan di pasar melalui program pengembangan produk dengan dua alternatif utama meningkatkan kemampuan untuk membeli kemampuan pelanggan untuk membeli produk atau jasa berkaitan erat dengan dua hal, yakni daya beli dan akses terhadap produk.

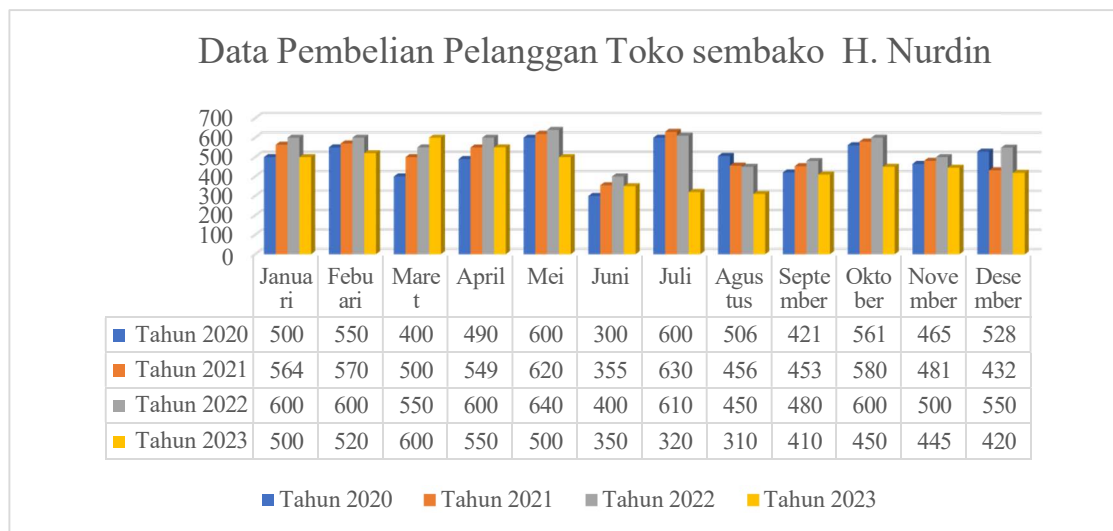
Toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Utara adalah sebuah usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Utara didirikan pada tahun 2003 diawali dengan berjualan kecil-kecilan dengan istrinya. Nama toko sembako itu sendiri diambil dari nama ayah yaitu bapak H. Nurdin. Toko ini berlokasi di Jl. Pembangunan 1 No 49, di samping Sentral Grosir Cikarang, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi. Awalnya toko ini hanya berada di ruko kecil ukuran 3x5 meter yang lokasinya berjarak lima meter dari toko saat ini. Selama hampir tujuh tahun pertama toko ini menjual barang-barang sembako eceran. Setelah tujuh tahun berproses menjual barang-barang sembako eceran, akhirnya pemilik memutuskan untuk fokus pada penjualan grosir di toko tersebut. Kemudian setelah memutuskan untuk fokus pada penjualan grosir toko sembako H. Nurdin ini pindah lokasi ke tempat yang jauh lebih besar dari toko sebelumnya. Bermodalkan keberanian, tekad dan berserah kepada Tuhan, membaca peluang, pemilik menjadikan toko sembako H. Nurdin di kecamatan Cikarang Utara ini sebagai salah satu market menengah. Banyaknya saingan-saingan toko sembako tidak membuat bapak Nurdin takut kehilangan pelanggan. Modal awal bapak Nurdin sebesar Rp 2.000.000, yang diperoleh dari hasil bekerja di ladang sawah dan sisa tabungan yang tersisa semenjak



masih kerja sebagai karyawan. Terbukti bahwa toko sembako yang beliau dirikan sukses hingga saat ini.

Menilai kepuasan pelanggan, peneliti melakukan pra-survei melalui wawancara terhadap pengunjung mengenai pendapat pengunjung tentang kepuasan pelanggan pada bisnis toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara.

Grafik 1.1 Data Pembelian Pelanggan di Toko H. Nurdin Cikarang Utara Bulan Januari- Desember Dari Tahun 2020- 2023



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan grafik 1.1, data pembelian pelanggan di toko sembako H. Nurdin menampilkan lonjakan signifikan sepanjang Januari–Desember 2022, menguatkan temuan bahwa rata-rata kunjungan meningkat drastis dibanding tahun sebelumnya. Pada kesempatan wawancara, H. Nurdin menegaskan, “memang selagi COVID-19 toko saya mengalami banyaknya permintaan pelanggan yang tinggi, dikarenakan banyaknya mall-mall yang tutup dan pasar swalayan juga tutup sehingga pelanggan memilih ke pasar untuk membeli kebutuhan sehari-hari”. Kenaikan ini selaras dengan pergeseran pola konsumsi, di mana ibu rumah tangga yang bekerja dari rumah lebih memilih belanja di pasar tradisional.

Lebih jauh, H. Nurdin menjelaskan bahwa sebagian besar pelanggan membeli dalam jumlah besar, tidak hanya untuk kebutuhan sendiri tetapi juga untuk diperdagangkan kembali di warung-warung kecil. “Banyaknya warga yang bekerja di

rumah akibat kebijakan pemerintah atas wabah COVID-19 membuat mereka lebih suka membeli bahan baku di pasar tradisional, yang kami layani langsung di toko”. Kombinasi penutupan swalayan dan mal dengan kebijakan WFH menjadi pendorong utama lonjakan kuantitas pembelian tersebut.

Pada Juni 2023, grafik menunjukkan penurunan drastis dalam jumlah pelanggan. H. Nurdin menguraikan, “Setelah COVID-19 banyak pesaing seperti pasar swalayan dan mal yang buka kembali, banyak karyawan yang di-PHK membuka usaha baru seperti berjualan sembako, bahkan pedagang kaki lima merajalela sampai meluap ke jalan raya.” Faktor eksternal ini mengubah peta persaingan, memaksa pelanggan mempertimbangkan kenyamanan dan aksesibilitas ketika berbelanja.

Kondisi lokasi toko yang berada di dalam pasar, dengan fasilitas parkir terbatas dan akses yang becek saat hujan, semakin menurunkan daya tarik. H. Nurdin menambahkan, “Toko saya jauh dari jalan raya, tempat parkir kurang memadai, apalagi saat hujan aksesnya becek, banjir, dan bau sampah mengganggu pelanggan.” Ke depan, peningkatan aksesibilitas dan perbaikan fasilitas menjadi kunci untuk mengembalikan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan.

Adapun permasalahan kepuasan pelanggan adalah di mana pelanggan merasa kurang puas dengan kualitas barang yang diberikan oleh toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara disertai harga yang ditawarkan oleh toko tidak sebanding dengan kualitas produk yang diberikan dan kurangnya sarana tempat parkir untuk pelanggan disertai aroma bau yang kurang sedap dan kurangnya berbagai merek produk yang ditawarkan oleh toko. Sehingga pelanggan merasa tidak tertarik untuk membeli produk ditempat tersebut.

Menurut Hamdani & Zaman, (2017:1-7) kegiatan yang berfokus dan dianggap sebagai upaya promosi yang dapat memberikan upaya terkonsentrasi sesaat yang berbeda untuk mengajak kepada keinginan serta mencoba atau membeli suatu produk/jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan jangka panjang bagi suatu perusahaan, karena dengan memuaskan pelanggan perusahaan akan membuat perusahaan mampu bersaing atau mengungguli para pesaingnya. Dalam

memasarkan produknya perusahaan akan selalu berusaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan lama ataupun baru. Oleh karena itu, keinginan dan kebutuhan pelanggan perlu diidentifikasi secara jelas oleh perusahaan, karena sebagai bagian dari pengembangan produk untuk melampaui harapan pelanggan. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di antaranya: kualitas pelayanan, kualitas pelayanan, emosi, harga, dan biaya.

Peneliti sudah melakukan prasurvei terhadap beberapa pelanggan toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara yang peneliti ambil dari jumlah sampel sekitar 30 pelanggan yang mengisi kuesioner prasurvei di toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara.

Tabel 1.1  
Pra Survey Kepuasan Pelanggan

| No | Pertanyaan                                                                                                          | Iya     |       | Tidak   |       |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|-------|---------|-------|
|    |                                                                                                                     | Jaumlah | %     | Jaumlah | %     |
| 1  | Apakah harga produk yang ditawarkan sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara sesuai dengan harapan pelanggan.? | 25      | 83.3% | 5       | 16.7% |
| 2  | Apakah pelanggan merasa puas dengan membeli barang di toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara?           | 14      | 48.7% | 16      | 53.3  |
| 3  | Apakah Anda akan merekomendasikan toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara kepada orang lain?             | 23      | 76.7% | 7       | 23.3% |
| 4  | Apakah anda merasa terpenuhi setelah membeli produk di toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara?          | 20      | 66.7% | 10      | 33.3% |

Sumber: Hasil Prasurvei, 2025

Berdasarkan data tabel 1.1 menunjukkan bahwa sebanyak 30 responden pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara yang menyatakan iya 48,7% atau

14 responden dan yang menyatakan tidak sebesar 53,3% atau 16 responden. Hal ini dapat peneliti amati bahwa pelanggan tidak merasa puas setelah berbelanja di toko karena kurang ketersediaan barang-barang dalam berbagai merek produk yang ditawarkan oleh toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara sehingga pelanggan tidak merasa puas.

Tabel 1.2

Perbandingan Harga Antara Para Toko - toko sembako

| Nama Barang<br>per/ Kg | H. Nurdin   | Yusup       | Sinan Jaya  | Soleh       |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Gula putih             | Rp15.000,00 | Rp15.500,00 | Rp15.500,00 | Rp16.500,00 |
| Telur ayam             | Rp30.000,00 | Rp29.000,00 | Rp28.500,00 | Rp29.000,00 |
| Minyak sayur           | Rp14.000,00 | Rp15.500,00 | Rp16.000,00 | Rp15.000,00 |
| Terigu                 | Rp11.000,00 | Rp10.000,00 | Rp10.000,00 | Rp10.500,00 |
| Beras                  | Rp12.000,00 | Rp13.500,00 | Rp14.000,00 | Rp13.000,00 |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dari data tabel 1.2 perbandingan harga di atas dapat diketahui bahwa toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara memiliki harga yang tinggi dengan toko-toko lainnya ada beberapa harga barang yang relatif tinggi di antaranya telur ayam, terigu dan beras dikarenakan toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara tidak memesan barang yang terlalu banyak dikarenakan untuk menjamin kualitas barang agar pelanggan tidak kecewa ketika membeli barang produk toko sembako H. Nurdin di Kecamatan Cikarang Utara dan mengurangi resiko kerusakan pada barang seperti diserang oleh hama atau pun busuk demi kepuasan pelanggan agar menjadi berlangganan.

Salah satu pendukung yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga merupakan faktor penting yang harus diperhatikan bagi toko sehingga memberikan tarikan bagi pelanggan dengan harga terjangkau. Pelanggan merupakan aset yang dapat menentukan keberhasilan toko dengan mengingat pelanggan lebih mengutamakan harga yang lebih murah karena jika harga lebih sedikit mahal dengan toko-toko yang lain maka pelanggan akan mencari harga yang lebih relatif murah ke toko lain.

## Lampiran 34 Cek Turnitin

## SKRIPSI ANDRI (revisi) (1) (1).pdf

## ORIGINALITY REPORT

29%

SIMILARITY INDEX

21%

INTERNET SOURCES

19%

PUBLICATIONS

24%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia

Student Paper

3%

2

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

3%

3

Submitted to Universitas Sanata Dharma

Student Paper

3%

4

adiksi.akt-unmul.id

Internet Source

2%

5

repository.president.ac.id

Internet Source

2%

6

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

2%

7

123dok.com

Internet Source

1%

8

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

1%

9

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

1%