

**ANALISIS PENETAPAN HARGA, LOKASI, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO PODOMORO
DI DESA JATIREJO NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MAULANA BAYU ANGGORO
NPM : 19.1.02.02.0129

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh :

MAULANA BAYU ANGGORO
NPM: 19.1.02.02.0129

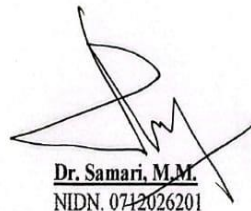
Judul :

**ANALISIS PENETAPAN HARGA, LOKASI, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO PODOMORO
DI DESA JATIREJO NGANJUK**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
anitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 28 Juni 2023

Pembimbing I



Dr. Samari, M.M.
NIDN. 0712026201

Pembimbing II



Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

MAULANA BAYU ANGGORO
NPM: 19.1.02.02.0129

Judul :

**ANALISIS PENETAPAN HARGA, LOKASI, KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO PODOMORO
DI DESA JATIREJO NGANJUK**

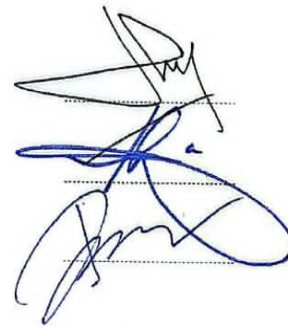
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada Tanggal : 20 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.
2. Penguji I : Poniran Yudho Leksono, M.M.
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Maulana Bayu Anggoro
Jenis Kelamin : Laki Laki
Tempat/tgl. Lahir : 13 Juni 2000
NPM : 19.1.02.02.0129
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,
Yang Menyatakan,



MAULANA BAYU ANGGORO
NPM: 19.1.02.02.0116

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Banyak hal yang bisa menjatuhkanmu. Tapi satu-satunya hal yang benar-benar dapat menjatuhkanmu adalah sikapmu sendiri.

Ku persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat ku sayangi:

Kedua Orang Tuaku, Ayah dan ibu terima kasih atas didikan, kasih sayang dan doa kalian yang telah mengantarkan ku sampai kejenjang ini.

ABSTRAK

Maulana Bayu Anggoro: Analisis Penetapan Harga, Lokasi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Podomoro Di Desa Jatirejo Nganjuk, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Lokasi, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Toko Podomoro Di Desa Jatirejo Nganjuk. Kepuasan konsumen merupakan variabel *dependen* dalam penelitian ini, sedangkan variabel *independen* adalah penetapan harga, lokasi, kualitas layanan. Data diperoleh dari konsumen Toko Podomoro Di Desa Jatirejo Nganjuk. Jumlah sampel sebanyak 40 konsumen. Teknik analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan tingkat kepercayaan 5% untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumen. Hasil *adjusted R Square* menunjukkan nilai sebesar 0,624 atau 62,4% yang artinya bahwa besarnya pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama (simultan) adalah sebesar 62,4%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 37,6% diterangkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulustulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Restin Meilina, S.E, M.M., selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. Bapak Dr. Samari, M.M. Selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam penyusunan proposal.
5. Bapak Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan Skripsi ini.
6. Orang tua, keluarga, dan teman-teman yang telah memberikan dukungan.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran yang membangun.

Kediri,

MAULANA BAYU A.
NPM: 19.1.02.02.012

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	2
B. Identifikasi Masalah	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori	11
1. Kepuasan Konsumen	11
2. Harga.....	17
3. Lokasi.....	22
4. Kualitas Pelayanan.....	28
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Berfikir	36
D. Kerangka Konseptual	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	41
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	41
2. Definisi Operasional Variabel.....	42
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian.....	45
1. Pendekatan Penelitian	45
2. Teknik Penelitian	45

C. Tempat dan Waktu Penelitian	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian	46
2. Waktu Penelitian	47
D. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	47
2. Sampel	47
E. Instrumen Penelitian	48
1. Pengembangan Instrumen	48
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	50
F. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Sumber Data.....	53
2. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Teknik Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif	56
2. Uji Asumsi Klasik.....	56
4. Analisis Regresi Linier Berganda	57
5. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58
6. Pengujian Hipotesis	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
B. Gambaran Umum Responden.....	62
C. Deskripsi Variabel Penelitian	63
D. Analisis Data Hasil Penelitian.....	70
1. Uji Asumsi Klasik.....	70
2. Analisis Regresi Linier Berganda	73
3. Koefisien Determinasi	74
4. Uji Hipotesis	75

BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Simpulan	81
B. Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA.....	82
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Persaingan Ritel LPG 3kg dan Air Minum di Desa Jatirejo	5
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	36
3.1 Rencana Jadwal Penelitian	50
3.2 Kisi Kisi Kuisioner Penelitian	52
3.3 Skala Liker	53
3.4 Hasil Uji Validitas	54
3.5 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.1 Jenis Kelamin Responden	61
4.2 Tingkat Usia Responden	62
4.3 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen	63
4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	64
4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Lokasi	66
4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	68
4.7 Uji Multikolinieritas	71
4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	72
4.9 Hasil Uji Determinasi	73
4.10 Hasil Uji t	74
4.11 Hasil Uji F	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	42
4. 1 Struktur Organisasi Toko Podomoro Nganjuk.....	64
4. 2 Hasil Uji Normalitas	74
4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuesioner Penelitian	85
2 : Tabulasi Data	91
3 : Hasil SPSS	95
4 : Berita Acara Skripsi	120

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan dunia saat ini bisnis ritel menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Hal ini menuntut pelaku bisnis untuk semakin kreatif dalam menjalankan kegiatan usahanya sehingga selalu berpikir untuk mendapatkan cara terbaik guna merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Konsumen menjadi sasaran utama dalam dunia bisnis dan pelaku bisnis harus mampu mengoptimalkan kepercayaan kualitas barangnya melalui pemasaran. Indrasari, (2019) menyebutkan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, maka pelaku bisnis dituntut untuk menimbulkan atau mempertahankan kepuasan konsumen dalam memasarkan barangnya, terutama dalam dunia perdagangan.

Pelaku bisnis ritel, kunci pertama untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menawarkan produk dan layanan berkualitas tinggi dengan harga bersaing. Menurut Laksana, (2017), mendefinisikan kepuasan sebagai “Kepuasan Konsumen adalah hasil dari persepsi pembeli terhadap kinerja perusahaan yang memenuhi harapan”, yang berarti respon terhadap kinerja yang dirasakan dan hasil yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembeli

berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (Tjiptono, 2019). Cara untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen, menawarkan harga yang murah dan berada di lokasi yang strategis, karena konsumen dianggap raja, maka dari itu perusahaan harus memenuhi semua keinginan konsumen. Maka, pelaku bisnis ritel agar meningkatkan kepuasan konsumen untuk memperoleh pendapatan yang memuaskan dengan memperhatikan faktor harga, lokasi dan kualitas pelayanan konsumen.

Pelaku bisnis dalam meningkatkan kepuasan konsumen bisa dengan cara melakukan penetapan harga yang terjangkau bagi konsumen. Menurut Alma, (2017) persepsi harga (*price*) merupakan nilai barang dan juga jasa yang dinyatakan dengan uang. Untuk menentukan harga yang tepat bagi konsumen, pelaku usaha harus melakukan riset yang matang untuk menentukan harga yang tepat bagi konsumen sehingga pelaku usaha dapat menyelesaikan transaksi penjualan dengan lancar. Harga tersebut berlaku untuk perusahaan dengan menghasilkan sejumlah penjualan dan laba bersih (Mursid, 2016). Teori tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari, (2020) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Konsumen menggunakan harga sebagai kriteria utama saat memutuskan untuk membeli produk atau tidak, kapan pembelian harus dilakukan dan seberapa besar kebutuhan produk yang dibeli sesuai dengan daya beli konsumen. Sehingga harga adalah nilai yang harus dikeluarkan untuk dapat memiliki,

menggunakan atau mengkonsumsi suatu barang atau jasa untuk mendapatkan kepuasan.

Pemilihan lokasi juga tidak kalah penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Jika suatu bisnis ritel berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis, hal ini dapat menjadi penghalang yang efektif bagi pesaing untuk memasuki pasar (Tjiptono, 2019). Pelaku bisnis ritel hendaknya menentukan daerah geografis strategis yang bersesuaian dengan kebutuhan konsumen, dan selalu memperhatikan ketersediaan dan stok serta keberagaman produk, kemudahan capaian lokasi serta saluran distribusi pemasarannya. Selain itu, keputusan lokasi secara finansial mencerminkan komitmen jangka panjang perusahaan, karena mengubah lokasi yang buruk terkadang sulit dan sangat mahal (Hariaji & Iriyanto, 2019). Teori tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyo, (2018) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dalam memilih lokasi yang strategis dan tepat memberi perusahaan keuntungan bisnis dan akan meningkatkan pembelian dan kepuasan yang maksimal.

Selain itu, dalam peningkatan kepuasan konsumen, maka kualitas layanan merupakan faktor yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis untuk mencapai kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan juga merupakan kunci keberhasilan bisnis, khususnya di ritel. Menurut Kotler & Armstrong, (2017) kualitas pelayanan yang baik dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan bisnis. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan

pelanggan. Pelayanan yang baik seperti perlengkapan yang nyaman, pelayanan yang cepat dan jaminan jika barang tidak sesuai dengan keinginan konsumen setelah membeli barang di toko tersebut. Menurut Tjiptono, (2019) kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengelolaan tingkat keunggulan tersebut yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Teori tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sembiring, (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen kepada pelaku bisnis ritel untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan para konsumen.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara pada pemilik toko yang berada di Desa Jatirejo, Kecamatan Nganjuk, toko PODOMORO merupakan toko yang menjual air minum isi ulang dan pangkalan *LPG* 3 kg, toko ini sudah berdiri sejak tahun 2013. Menurut beliau kepuasan konsumen dapat dilihat dari sisi harga, lokasi maupun kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen menjadi fokus penting yang harus diperhatikan pemilik toko PODOMORO air minum isi ulang dan pangkalan *LPG* 3 kg, kepuasan konsumen sendiri bisa dari segi harga, lokasi maupun kualitas layanan pada toko PODOMORO, untuk segi harga pada toko PODOMORO bisa bersaing di pasaran, untuk aspek lokasi toko PODOMORO berada di tempat strategis di Desa Jatirejo Nganjuk tepatnya di tengah kota Nganjuk yang tempatnya mudah diakses oleh semua konsumen. Untuk aspek kualitas layanan juga memuaskan pada Toko PODOMORO juga ada sistem delivery order jadi konsumen bisa memesan

melalui telepon maupun lewat *whatsapp*. Hasil observasi peneliti di desa Jatirejo terdapat beberapa *ritel* atau pelaku bisnis yang menjual *LPG* dan menyediakan jasa isi air minum seperti berikut :

Tabel 1.1
Persaingan Ritel/Pelaku Bisnis LPG 3kg dan Air Minum Isi Ulang di Desa Jatirejo, Nganjuk

No	Nama Ritel / Pelaku Bisnis	Alamat	Harga LPG 3kg dan Air Minum Isi Ulang
1	Toko PODOMORO	JL.Letjend Suprpto No 167 Nganjuk	LPG 3kg : Rp. 25.000 Air isi Ulang : Rp. 7.000
2	Depo RO Cantik	Jl. AS Tubun I No.17, Kedung Banteng, Bogo, Nganjuk	LPG 3kg : Rp. 21.000 Air isi Ulang : Rp. 5.000
3	Depo Gloria	Winong, Ploso, Kec. Nganjuk	LPG 3kg : Rp. 20.000 Air isi Ulang : Rp. 5.000
4	Pangkalan LPG Tutik Andayani	Jl. Letjen S. Parman I, Kec. Nganjuk	LPG 3kg : Rp. 18.000 Air isi Ulang : Rp. 5.000
5	Pangkalan LPG Dwi Santoso	Jl. Letjen S. Parman, RT 02 RW 05, Kec. Nganjuk	LPG 3kg : Rp. 18.000 Air isi Ulang : Rp. 4.000

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.1, maka peneliti memilih toko PODOMORO, dikarenakan terkenal dikalangan masyarakat sekitar dan memiliki jumlah konsumen yang cukup banyak dari para pesaingnya dan memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu di pinggir jalan yang banyak dilalui oleh kendaraan roda dua maupun roda empat.

Melihat fenomena tersebut dan hasil observasi juga wawancara, Toko PODOMORO memiliki permasalahan untuk harga air minum isi ulang dan *LPG* 3 kg memiliki harga yang lebih mahal dibandingkan para pesainnya, dalam hal lokasi cukup strategis tetapi tidak memiliki lahan parkir yang luas untuk para konsumen yang mengendari kendaraan roda dua maupun roda empat, dan kualitas pelayanan yang diberikan dianggap kurang maksimal dikarenakan karyawan kurang ramah dan sopan dalam pengiriman barang sering tidak tepat waktu atau terlambat dari waktu yang sudah dijanjikan. Toko

PODOMORO diharapkan bisa mengatasi beberapa permasalahan dari faktor harga, lokasi, dan kualitas pelayanan yang dapat mengurangi kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari, (2020), Sembiring, (2020), Nabila, (2020), dan Setyo, (2018) menyatakan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor harga, lokasi dan kualitas pelayanan, juga pada penelitian oleh Nabila, (2020) kepuasan konsumen juga bisa dipengaruhi oleh faktor promosi dan fasilitas, akan tetapi pada penelitian yang dilakukan oleh Widyawati, (2019) menyatakan bahwa harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa, kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor harga yang diberikan terjangkau oleh masyarakat, lokasi yang strategis dapat mempermudah konsumen untuk datang, kualitas pelayanan yang diberikan ramah dan sopan kepada konsumen, tapi pada penelitian lainnya harga tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dengan produk yang sesuai kebutuhan konsumen merasa puas meskipun dengan harga yang mahal. Maka peneliti melakukan penelitian di Toko PODOMORO dengan judul **“Analisis Penetapan Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Podomoro Di Desa Jatirejo Nganjuk”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, Peneliti Mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Harga air minum isi ulang dan LPG 3 KG masih mahal daripada toko lainnya
2. Lokasi Lahan parkir di Toko PODOMORO masih kurang luas.
3. Kualitas layanan di Toko PODOMORO belum maksimal dan kurang ramah dalam melayani konsumen

C. Pembatasan Masalah

Adapun batasan-batasan permasalahanya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis Harga, Lokasi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen pada Toko PODOMORO.
2. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui betapa efektifnya metode kuantitatif Pada Toko PODOMORO.
3. Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang sudah membeli dan menggunakan jasa 2 kali.

D. Rumusan Permasalahan

Adapun Rumusan Masalah dari Permasalah di atas Sebagai Berikut:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk?
2. Apakah ada pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk?

3. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk?
4. Apakah ada pengaruh harga, lokasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ingin dikaji dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk
2. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk
3. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk
4. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko PODOMORO di Desa Jatirejo Nganjuk

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan untuk menerapkan ilmu dalam manajemen pemasaran, sehingga bisa mengembangkan ilmu pemasaran secara lebih luas lagi. Maka dari itu bagi kalangan akademisi dapat digunakan untuk informasi dan referensi penelitian yang lebih lanjut terkait dengan manajemen pemasaran.

2. Secara Praktis

a. Bagi peneliti lain

Penelitian ini akan melengkapi temuan peneliti ilmu manajemen pemasaran dan berfungsi sebagai sumber data untuk Menyusun studi yang berpotensi relevan

b. Bagi Lembaga Bisnis

Dalam hal pengisian ulang depot air minum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan operasionalnya. Evaluasi dan perbaikan dilakukan untuk lebih mengembangkan perusahaan khususnya di bidang pemasaran, sehingga konsumen melakukan pembelian ulang untuk keuntungan jangka panjang.

c. Bagi penulis

Kegunaan penelitian ini bagi penulis adalah untuk memperdalam ilmu teoritis yang diperoleh dalam perkuliahan, memperluas wawasan, menambah referensi, dan memberikan informasi dan pengetahuan kepada penulis tentang alasan dan faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli

air minum isi ulang. Selain itu dapat memberikan Selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 jurusan manajemen fakultas ekonomi dan bisnis untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Nusantara PGRI Kediri

d. Bagi Universitas

Karena penelitian ini dapat memberikan bukti empiris tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian air minum tambahan, maka akan memberikan wawasan, pengetahuan, informasi, dan wawasan kepada peneliti lain atau calon peneliti mengenai keputusan pembelian air minum tambahan, serta dapat memberikan bahan perbandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* Cetakan 5. Bandung: CV Alfabeta. Di *Bandung. Alfabeta*.
- Anwar, S. (2017). *Metodelogi Penilaian Bisnis*. Di *Jakarta. Salemba Empat*,
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.32493/drb.v4i2.9867>
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Di Jakarta Rineka Cipta.
- Chandra, T. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Di Jakarta. Alfabeta
- Chen, H. A., Marmorstein, H., Tsiros, M., & Rao, A. R. (2012). When more is less: The impact of base value neglect on consumer preferences for bonus packs over price discounts. di *Journal of Marketing* (Vol. 76, Nomor 4). <https://doi.org/10.1509/jm.10.0443>
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Di Jakarta. Alfabeta
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1). <https://doi.org/10.33369/insight.13.1.47-58>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS IBM 25*. Di Yogyakarta. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariaji, U. G., & Iriyanto, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Warung Kopi Srintil Di Temanggung). *Unimus*, 15(2). <https://doi.org/03.27347/insight.4.2.17-67>
- Hartati, E. S., Listiyanto, E., Pulungan, A. M., Abdullah, I., Yudhistira, B., Firdaus, A. H., & Abdullah, R. (2016). Kajian Tengah Tahun INDEF 2016: Evaluasi Paket, Evaluasi Ekonomi. Di Bandung. *INDEF*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. di Surabaya. *Repository.Unitomo.Ac.Id*.
- Jay, H., & Barry, R. (2017). *Manajemen Operasi Manajemen Keberlangsungan Dan Rantai Pasokan*. di *Jakarta: Salemba Empat* (Nomor 1).
- Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3). <https://doi.org/10.17509/jbme.v3i3.14310>

- Kasmir. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. *Vol. 5, No : 3, (2017)* (Vol. 5, Nomor 3). di Surabaya. *AGORA*.
- Kotler dan Keller. (2019). *Marketing Manajemen* (14 ed.). di Jakarta. Erlangga
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2017). Marketing. (Vol. 5, Nomor 1). Di Jakarta. *BMC Public Health*
- Kotler, P. dan K. K. (2019). *Manajemen Pemasaran*. di Jakarta. Erlangga.
- Laksana, F. (2017). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. di Surabaya. *Graha Ilmu*.
- Lupiyoadi. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. di Surabaya. *Salemba Empat*.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2014). Manajemen Pemasaran Jasa Edisi kedua. di Surabaya. *Salemba Empat*.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1 ed.). di Jember. STAIN Jember Press.
- Mursid. (2016). Manajemen Pemasaran. *Marketing*. di Surabaya. Salemba Empat
- Nabila. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Purijakarta Barat). *Jurnal STEI Ekonomi*, 20(Xx), 2. [http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal Indo Ratu Syifa-dikonversi.pdf](http://repository.stei.ac.id/3253/1/Jurnal%20Indo%20Ratu%20Syifa-dikonversi.pdf)
- Ningtiyas, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang. *IQTISHA Dequity Jurnal Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.551>
- Nirwana. (2017). Kepuasan Pelanggan. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*. Di Jakarta. Bumi Aksara.
- Prawiro, M. (2018). *Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-jenis Harga*. Di Surabaya. Salemba Empat.
- Sembiring. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Depot Isi Ulang Kilang Air Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Core IT*, Vol 9(2). <https://doi.org/01.72183/jbme.v4i5.2378>.
- Setyaningrum, R., Utami, H., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Kinerja (Studi Pada Karyawan PT. Jasa Raharja Cabang Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 36(1). <https://doi.org/24.3827/jbme.v9i7.6237>.
- Setyo. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Perusahaan Air Minum A3 Fresh O2 Bondowoso). *Jurnal Muhammadiyah Jember*, 3(1). <https://doi.org/02.260111/jbme.v1i0.6237>.

- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(6). <https://doi.org/09.92618/jbme.v3i3.01923>.
- Simamora, H. (2017). Manajemen. *Edisi Revisi di Jakarta: Bumi Aksara*.
- Sopiah, & Etta Mamang Sangadji. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan). Perilaku konsumen*. Di Bandung. Alfabeta
- Sopian, A. M. (2017). *Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. <https://doi.org/04.129121/jbme.v3i3.23810>.
- Sudaryono. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method. Edisi ke 2., 2*. Di Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D). di *Bandung: Alfabeta*.
- Sunyoto. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia. di *Jakarta: Badan Penerbit IPWI*.
- Suwito, J. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru. *Kindai*, 14(3). <https://doi.org/81.24153/jbme.v6i4.98632>
- Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. di Surabaya. Erlangga
- Widoyoko, E. P. (2017). Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian. di *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Wulandari. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Manajemen*. <https://doi.org/15.2653/jbme.g6i5.263819>