

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ADIN FE KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

AHMAD DANDI
NPM: 17.1.02.02.0061

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

AHMAD DANDI
NPM: 17.1.02.02.0061

Judul :

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ADIN FE KEDIRI**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 4 Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Restin Meilina M.M.
NIDN. 0721058605

Sigit Wisnu Setya B., M.M.
NIDN. 0720108202

Skripsi oleh :

AHMAD DANDI
NPM: 17.1.02.02.0061

Judul :

**PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO ADIN FE KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal : 9 Juli 2024

Dan dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

- | | | |
|---------------|------------------------------|-------|
| 1. Ketua | : Restin Meilina, M.M | _____ |
| 2. Penguji I | : Susi Damayanti, S.Pd., M.M | _____ |
| 3. Penguji II | : Sigit Wisnu Setya B., M.M | _____ |

Mengetahui,

Dekan FEB

Dr.Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ahmad Dandi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/tgl. Lahir : Kediri, 26 Oktober 1998
NPM : 17.1.02.02.0061
FAK : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu perguruan tinggi , dan bahwa satu-satunya karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, sepanjang pengetahuan saya adalah yang secara khusus dan sengaja dikutip dalam teks sebagaimana tercantum dalam daftar pustaka.

Kediri, 4 Juli 2024
Yang Menyatakan,

AHMAD DANDI
NPM: 17.1.02.02.0061

MOTTO

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses yang paling penting. Karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”.

(Edwar Satria)

Kupersembahkan karya ini untuk :

Seluruh keluargaku tercinta.

ABSTRAK

Ahmad Dandi : “Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Adin FE Kediri”, Skripsi, Manajemen, FEB, UNP Kediri, 2024.

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

Penelitian ini dilatar belakangi dalam upaya memenuhi kebutuhan pokok berupa sembako dan lain sebagainya. Konsumen berharap mendapatkan produk ditempat yang mudah dijangkau juga dengan harga terjangkau disertai dengan layanan yang maksimal untuk mencapai kepuasan. Di sisi lain perusahaan berusaha merancang dan menerapkan strategi yang tepat terutama terkait dengan bauran pemasaran maupun konsep pemberian layanan kepada konsumen saat menikmati produk yang ditawarkan agar mampu memenangkan persaingan terutama untuk bisnis di Toko Adin Fe Kediri.

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kuantitatif dengan menggunakan *purposive sampling* dengan total 90 responden. Pengumpulan data yang digunakan kuesioner yang disajikan dalam bentuk skala likert, kemudian hasilnya di analisis menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi.

Temuan data dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa secara parsial variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$, variabel lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Adin Fe Kediri” ini ditulis guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

Dalam Kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M. Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri sekaligus Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi dengan sabar
4. Sigit Wisnu Setya B., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta perhatian penuh dalam proses penyusunan skripsi ini.

5. Keluarga dan sahabat seperjuangan yang telah senantiasa mendoakan, membantu dan memberikan dukungan.
6. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 4 Juli 2024

AHMAD DANDI
NPM: 17.1.02.02.0061

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
1) Manfaat Teoritis	8
2) Manfaat Praktis.....	8
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Kepuasan Konsumen	9
2. Lokasi	14
3. Harga.....	18
4. Kualitas Pelayanan.....	21
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir	27
D. Kerangka Konseptual	32
E. Hipotesis	33

BAB III	: METODE PENELITIAN.....	34
	A. Variabel Penelitian	34
	1. Identifikasi Variabel Penelitian	34
	2. Definisi Operasional Variabel	34
	B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	38
	1. Pendekatan Penelitian	38
	2. Teknik Penelitian	38
	C. Tempat dan Waktu Penelitian	38
	1. Tempat Penelitian	38
	2. Waktu Penelitian	38
	D. Populasi dan Sampel.....	39
	1. Populasi.....	39
	2. Sampel	39
	E. Instrumen Penelitian	40
	1. Pengembangan Instrumen.....	40
	2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	42
	F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	44
	1. Sumber Data	44
	2. Teknik Pengumpulan Data	45
	G. Teknik Analisis Data	46
	1. Analisis Deskriptif	46
	2. Uji Asumsi Klasik.....	47
	3. Analisis Regresi Linear Berganda	48
	4. Uji Parsial (Uji t)	48
	5. Uji Simultan (Uji F).....	49
	6. Uji Koefisien Determinasi	49
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
	A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	50
	B. Deskripsi Data Variabel.....	53
	C. Analisis Data.....	62
BAB V	: SIMPULAN DAN SARAN	75

A. Simpulan.....	75
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	9

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
2. 1	: Penelitian Terdahulu.....	25
3. 1	: Skala Likert	41
3. 2	: Kisi-kisi Instrumen Penelitian	41
3. 3	: Hasil Uji Validitas	43
3. 4	: Hasil Uji Reliabilitas	44
4. 1	: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4. 2	: Responden Berdasarkan Usia	54
4. 3	: Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	55
4. 4	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Lokasi	56
4. 5	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga	57
4. 6	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	59
4. 7	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen.....	61
4. 8	: Hasil Uji Normalitas.....	63
4. 9	: Hasil Uji Multikolinearitas	63
4. 10	: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	65
4. 11	: Hasil Uji Parsial (Uji t)	66
4. 12	: Hasil Uji Simultan (Uji F).....	68
4. 13	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2. 1 : Kerangka Konseptual	32
4. 1 : Struktur Organisasi Toko Adin FE.....	51
4. 2 : Hasil Uji Heterokedastisitas	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kuesioner Penelitian.....	83
2 : Data Karakteristik Responden.....	88
3 : Tabulasi Data Hasil Penelitian	91
4 : Hasil Output SPSS.....	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, persaingan di dunia bisnis semakin meningkat dan ketat. Perusahaan berupaya untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli barang atau jasanya. Salah satu faktor yang menjadi fokus perusahaan ialah kepuasan konsumen, karena kepuasan konsumen memiliki dampak yang sangat besar terhadap kelangsungan bisnis suatu perusahaan. Di era digitalisasi yang semakin berkembang pesat, bisnis perdagangan ritel dan grosir telah mengalami transformasi yang signifikan. Salah satu tren yang semakin populer ialah pembelian secara *online*, di mana konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus secara fisik mengunjungi toko. Namun demikian, toko eceran dan grosir masih tetap menjadi tempat berbelanja yang penting bagi sebagian besar konsumen.

Terkini perekonomian Indonesia telah berkembang seperti disektor ritel dan perbelanjaan yang berkontribusi positif untuk memulihkan perekonomian (Nuriyah, 2019). Dengan maraknya minimarket dan swalayan di seluruh Indonesia pada saat ini toko grosir dan eceran haruslah memiliki nilai lebih jika dibandingkan dengan minimarket yang ada seperti sekarang ini seperti indomaret dan alfamart. Salah satu hal yang harus dimiliki oleh toko retail, grosiran, dan eceran ialah rasa puas konsumen. Salah satu toko grosir dan eceran yakni Toko Adin FE Kediri, yang terletak di Jln. Joyoboyo Menang Pagu, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Toko Adin FE Kediri ialah sebuah toko yang

bergerak dalam bidang retail, grosir, dan eceran di Kediri. Toko ini menawarkan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari dan barang konsumen, mulai dari makanan, minuman, produk kebersihan, peralatan rumah tangga, keperluan kantor, hingga produk fashion dan aksesoris. Toko Adin FE Kediri memiliki atmosfer yang ramah dan menyenangkan bagi para pelanggan, dengan penataan yang rapi dan produk yang tersusun dengan baik. Mereka menawarkan harga yang kompetitif baik untuk pembelian grosir maupun eceran, sehingga menjadi pilihan yang baik bagi konsumen ritel maupun bisnis yang membutuhkan pasokan dalam jumlah besar. Toko ini dikenal karena pelayanan yang baik dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta memiliki reputasi yang baik dalam hal ketersediaan barang dan kualitas produk. Dengan kombinasi layanan yang baik, harga bersaing, dan berbagai pilihan produk, Toko Adin FE Kediri dapat menjadi destinasi belanja utama bagi masyarakat dan bisnis di Kediri dan sekitarnya.

Berlandaskan Kotler & Keller (dalam Bailia et al., 2014) kepuasan konsumen yakni ekspektasi pelanggan dengan menampilkan perasaan senang atau kecewa yang dilukiskan pada produk. Di mana, konsumen merupakan faktor penting yang berdampak kepada penjualan produk, sehingga toko retail, grosir, dan eceran haruslah memiliki kesan menyenangkan. Selain itu, faktor lokasi juga berdampak pada kepuasan konsumen. Oleh karenanya, ketika mereka puas dengan pengalaman berbelanja baik dari segi harga, kualitas, pelayanan dan ketersediaan produk maka akan cenderung setia. Kepuasan konsumen juga mempengaruhi rekomendasi dari mulut ke mulut, yang dapat

membantu toko tersebut menarik lebih banyak pelanggan potensial. Selain itu, konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, sehingga meningkatkan loyalitas dan pendapatan toko secara keseluruhan. Oleh karena itu, menjaga tingkat kepuasan konsumen ialah kunci keberhasilan dalam bisnis ritel, baik di toko grosir maupun eceran. Banyak hal yang bisa meningkatkan kepuasan konsumen, antara lain lokasi yang nyaman, harga yang menarik, dan kualitas pelayanan yang baik.

Lokasi yang dekat dengan konsumen akan bisa membuat konsumen tetap berbelanja di toko retail. Menurut (Tjiptono, 2014) lokasi ialah tempat perusahaan beroperasi serta tempat untuk melaksanakan kegiatan guna menciptakan barang dan jasa yang dapat menguntungkan perusahaan. Lokasi toko grosir dan eceran berdampak signifikan terhadap pola pembelian konsumen. Secara umum, lokasi yang strategis dengan aksesibilitas yang baik cenderung menarik lebih banyak pelanggan. Toko yang berada di pusat kota atau area dengan lalu lintas tinggi biasanya memiliki peluang lebih besar untuk menarik konsumen secara impulsif atau rutin. Di sisi lain, lokasi yang terpencil atau sulit dijangkau mungkin memiliki pelanggan setia yang lebih sedikit tetapi dapat menarik pelanggan yang lebih sadar harga. Faktor demografis juga berperan, di mana lokasi yang berdekatan dengan pasar target yang tepat (misalnya, dekat dengan kampus atau perumahan) dapat meningkatkan penjualan karena ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di sekitarnya. Oleh karena itu, pemilihan lokasi yang tepat akan membuat konsumen puas yang pada akhirnya akan berdampak langsung pada

pertumbuhan dan keberhasilan toko grosir dan eceran dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Penelitian (Aziez Herdian et al., 2022) telah membuktikan bahwa lokasi berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain lokasi yang nyaman, konsumen juga akan mendapatkan kepuasan jika harga yang ditetapkan menarik. Harga merupakan salah faktor yang membuat konsumen bisa tetap loyal terhadap toko retail, grosir, dan eceran. Harga ialah salah satu faktor yang bisa membuat konsumen tetap memilih untuk berbelanja di toko retail dikarenakan perbedaan harga sedikit saja bisa membuat konsumen beralih. Menurut Kotler & Amstrong (dalam Bailia et al., 2014) harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atau dibayarkan atas produk atau jasa dari pelanggan guna memilikinya.

Berlandaskan temuan (Kaharuddin et al., 2022) bahwa harga berdampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kenaikan harga cenderung mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di kedua jenis toko ini. Di toko grosir, kenaikan harga dapat menyebabkan pembeli berusaha untuk membeli dalam jumlah lebih besar untuk memperoleh diskon atau harga grosir yang lebih murah per unit. Sementara itu, di toko eceran, kenaikan harga mungkin membuat konsumen lebih selektif dalam memilih produk yang akan dibeli, lebih memperhatikan nilai dan kualitas produk, dan mungkin mencari alternatif yang lebih terjangkau. Pengaruh harga terhadap pembelian juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti merek, persediaan, dan persepsi nilai dari konsumen terhadap produk tersebut.

Adapun faktor penentu lainnya terhadap kepuasan konsumen yakni kualitas pelayanan. Berlandaskan temuan (Atmanegara et al., 2019) bahwa kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, (Hermawan, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan ialah keistimewaan yang diberikan atas produk atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan khalayak umum. Pelayanan yang baik di toko, seperti kecepatan dan kemudahan dalam menemukan produk, serta tingkat kebersihan dan keteraturan toko, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membentuk persepsi positif terhadap merek atau toko tersebut. Selain itu, interaksi yang ramah dan membantu dari para staf juga dapat membangun hubungan yang lebih baik antara toko dan pelanggan. Jika konsumen merasa dihargai dan dilayani dengan baik, mereka cenderung kembali untuk berbelanja di toko tersebut, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik di toko grosir dan eceran tidak hanya memengaruhi pengalaman berbelanja pelanggan tetapi juga berpotensi meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan jangka panjang.

Keunikan dalam penelitian ini ialah Toko Adin FE Kediri menawarkan berbagai produk dengan berbagai variasi produk dan harga untuk membuat konsumen tertarik, ditambah lagi lebih murah dari toko lain, pemilihan lokasi yang berada di tengah masyarakat dengan fasilitas yang menarik, selain itu kualitas pelayanan yang nyaman oleh karyawan Toko Adin FE Kediri bisa membuat nyaman para konsumen untuk bisa menikmati suasana di toko, dan dengan adanya faktor itu bisa membuat para konsumen merasa puas

dengan segala fasilitas dan pelayanan yang ada di Toko Adin FE Kediri. Namun hasil observasi yang dilakukan peneliti beberapa kali, menampilkan fenomena bahwa Toko Adin FE Kediri tidak banyak dikunjungi konsumen. Penentuan harga pada Toko Adin FE Kediri cenderung lebih murah, hal ini harus dipastikan apakah sudah sesuai perhitungan atau analisis biaya dan laba. Tanpa analisis yang sesuai toko akan terancam merugi. Berlandaskan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik mengambil judul **“Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Adin FE Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah pada penelitian ini yakni:

1. Lokasi Toko Adin FE Kediri cukup strategis, terletak di jalan besar, dan memiliki fasilitas parkir yang memadai, namun konsumen tidak banyak.
2. Harga Toko Adin FE Kediri cenderung murah, namun tanpa melalui proses perhitungan secara detail sesuai dengan biaya yang dikeluarkan dan penentuan laba yang diharapkan maka akan menjadi masalah bagi kelangsungan toko.
3. Kualitas Pelayanan Toko Adin FE Kediri sudah cukup baik, tapi masih belum memiliki jumlah pelanggan yang optimal.
4. Kepuasan konsumen Toko Adin FE Kediri sudah baik, tapi minat pembelian masih rendah dilihat dari jumlah pelanggan yang tidak banyak.

C. Pembatasan Masalah

Untuk membatasi agar pembahasan tidak melebar kemana-mana maka penelitian ini dibatasi atau dititik beratkan pada masalah pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini yakni.

- 1) Apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 2) Apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 3) Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 4) Apakah lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuannya yakni.

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri

- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri
- 5) Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Adin FE Kediri.

F. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Teoritis

- a. Berkontribusi ilmiah di bidang pemasaran, khususnya dengan fokus pada elemen yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkait lokasi, harga, dan kualitas layanan.
- b. Menjadi referensi untuk kedepannya yang ingin melakukan penelitian yang serupa.

2) Manfaat Praktis

- a. Merekomendasikan kebijakan bagi Toko Adin FE Kediri maupun perusahaan lain yang bergerak di sektor yang sama
- b. Dapat memahami bagaimana lokasi, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Anassuri, K., Pramutoko, B., & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Sate Pak Eko Satak Kecamatan Puncu Kediri. *Populer: Jurnal ...*, 2(4), 73–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/populer.v2i4.1321>
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2), 108–119. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Atmanegara, S. Y., Dwi Cahyono, Nurul Qomariah, & Abadi Sanosra. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Ijen View Bondowoso. *JSMBI (Journal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)*, 9(1), 79–89.
- Aziez Herdian, R., Rakhmat, C., & Suci Putri Lestari. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.32>
- Azizah, S. N., & Hadi, S. S. (2020). Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Keputusan Pembelian sebagai Intervening Variabel pada Produk KFC Arion Mall. *Jurnal STIE Indonesia*, 1–28.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gofur, A. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Indosteger Jaya. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang*.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Imanulah, R., Andriyani, I., & Melvani, F. N. (2022). Pengaruh Citra Toko, Varian produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Pancious SOMA Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 285–292. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1743>

- Indrajaya, D. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index pada UKM Gallery. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, 2(3), 1–6.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34.
- Kaharuddin, R., Mustari, Rahmatullah, Muhammad Dinar, & Said, M. I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen, Skripsi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(4), 59. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i2.33931>
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & PT., E. G. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Misna. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Cabang Kabupaten Barru* [Universitas Muhammadiyah Makassar]. <http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887-8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3%0Aht>
- Nuriyah, U. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Minimarket di Pabelan Sukoharjo. In *Skripsi*.
- Ofela, H., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Kingabi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–15.
- Prajitno, S. B. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Pramono, Y. H. (2021). *Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, Harga, dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen KUSUMA COOKIES Beji, Boyolangu, Tulungagung)*. Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Putri, Y. L., & Utomo, H. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Compp Ambarawa. *Among Makarti*, 70–90.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.

Sujarweni, V. W. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN-BISNIS & EKONOMI* (1st ed.). Pustaka Baru.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan penelitian*. ANDI.

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi Empat*. ANDI.