BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu kebutuhan dan keinginan manusia semakin berkembang, akan tetapi manusia tidak dapat memenuhi kebutuhanya sendiri. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia membutuhkan kelompok dalam rangka melakukan bisnis. Bisnis adalah serangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pembelian ataupun penjualan barang dan jasa yang dilakukan secara berulang-ulang.[1]

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat, sehingga menyebabkan persaingan yang semakin kompetitif. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bisnis-bisnis yang sedang berkembang di pasaran dengan berbagai macam strategi yang digunakan. Keadaan ini menuntut para pengusaha untuk mengembangkan stategi bisnis agar tetap bertahan dipasaran dan semakin berkembang bisnisnya.

Salah satu bisnis yang berkembang cepat dari waktu ke waktu ialah ritel. Usaha ritel dapat ditemui dengan mudah dan jumlahya sangat banyak. Usaha ritel tersebut dapat berbentuk minimarket, swalayan, supermarket, hypermart dan departement store. Hal tersebut memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dibawah ini disajikan tabel yang menunjukkan beberapa usaha ritel di Pare Kediri.

[1] Apiaty Kamaluddin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar: CV Sah Media, 2017), 7.

Tabel 1.1
Bisnis Ritel Di Pare Kediri Tahun 2019

No	Nama Swalayan	Lokasi	Keterangan
1	Dinasti	Jl. Pb Sudirman No. 40 Puhrejo, Kec. Pare. Berada di timur stadion Candabirawa kurang lebih 100 meter.	Menyediakan berbagai macam produk kebutuhan sehari-hari. Terdapat *foodcourt* dan arena bermain anak. Mempunyai tempat berbelanja yang luas dan disediakan tempat parkir yang memadai.
2	Indomaret	Jl. Pb. Sudirman No. 40 Puhrejo, Kec. Pare kurang lebih 50 meter dari Bussines Park Pare.	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, tempat berbelanja yang cukup memadai dan terdapat pendingin ruangan serta tempat parkir yang cukup.
3	Alfamart	Jl. Ahmad Yani No. 41 Pare yang berada diwilayah alun-alun Kota Pare.	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, tempat berbelanja yang cukup memadai. Terdapat pendingin ruangan dan tempat parkir yang cukup.
4	Roxy Mart	Jl. Mastrip No. 64 Pare. 200 meter dari pos polisi arah alun-alun Kota	Menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dengan tempat berbelanja yang luas serta

		Pare.	terdapat tempat parkir yang memadai.
5	Tsamania	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa No. 06, Pelem Kec. Pare. Berada di depan RSUD Pare.	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, mempunyai tempat berbelanja yang cukup serta terdapat tempat parkir.
6	Top	Jl. Letjen Sutoyo No. 60 Pare. Kurang lebih 100 meter dari kolam berenang Corah Pare.	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, mempunyai tempat berbelanja dan parkir yang luas serta terdapat *foodcourt* yang diletakkan didepan toko.

Sumber: Observasi Peneliti (2019)

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa usaha masing-masing swalayan tersebut menjual produk yang relatif sama, yaitu produk kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu lokasinya juga saling berdekatan. Akan tetapi setiap swalayan tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda-beda. Ada yang memiliki tempat belanja yang luas, cukup serta penyediaan tempat parkir dengan ukuran yang berbeda. Ada juga yang dilengkapi dengan *foodcourt* serta tempat bermain. Hal itu merupakan upaya swalayan untuk menarik pelanggan.

Dalam dunia bisnis, upaya yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam bisnisnya ialah dengan memaksimalkan kemampuan dalam memasarkan produk yang dikenal sebagai bauran pemasaran. Dalam arti sempit pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan

usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Dalam arti luas pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang atau bahan-bahan masuk ke dalam proses produksi.

Pemasaran sering diartikan sebagai kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.[2] Tujuan akhir pemasaran bagi perusahaan ialah untuk menjamin kelangsungan hidupnya, berkembang dan mampu bersaing dengan cara perusahaan menjual produknya pada harga yang menguntungkan dan pada tingkat kuantitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pasar.[3]

Akan tetapi, dalam pemasaran modern saat ini menjadikan kepuasan pelanggan sebagai orientasi yang menjadi pilar utama dalam menjalankan bisnis untuk mewujudkan tujuan perusahaan dalam memperoleh laba.[4] Kepuasan konsumen sangat penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan ritel sebab dari hal itu konsumen akan kembali datang untuk melakukan pembelian ulang.

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan merasa tidak puas dan kecewa. Akan tetapi jika produk yang dihasilkan sesuai dengan ekspektasi pelanggan terjadilan kepuasan serta jika produk yang diinginkan melebihi

---

[2] Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep & Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 5.
[3] Ibid., 59-60.
[4] I Gusti Bagus Rai Utama, *Pemasaran Pariwisata*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2017), 77.

ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan senang.[5] Dengan kepuasan tersebut konsumen dapat merasakan kemanfaat dari suatu produk atau jasa.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja yang di harapkan.[6] Kepuasan atau *Satisfaction* berasal dari bahasa latin *satis* artinya cukup baik, memadai dan *facio* berarti melakukan atau membuat.[7] Berikut lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, sistem pelayanan yang baik, emosional, harga, biaya dan kemudahan mendapatkan produk.[8]

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor kualitas produk, sistem pelayanan yang baik, harga, biaya dan kemudahan mendapatkan produk.[9] Maka dari itu suatu perusahaan harus menetapkan strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah harga, harga berhubungan dengan pemberian nilai kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Ketika banyak konsumen yang merasa puas dengan harga yang ditawarkan maka dapat meningkatkan volume penjualan begitu pula ketika konsumen tidak ada ketertarikan maka akan menurunkan volume penjualan.

---

[5] Philip Kotler dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid Satu*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 14.
[6] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pt Indeks, Gramedia, 2006), 184.
[7] Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran Cetakan Ketiga, (Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2007), 394.
[8] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 158.
[9] Ibid.

Salah satu bentuk usaha ritel yaitu swalayan Top Pare yang berlokasi di Jl. Letjen Sutoyo No. 60 Pare, Kediri, Jawa Timur. Swalayan Top Pare merupakan badan usaha yang menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari dalam rumah tangga. Sarana yang dimiki oleh swalayan Top Pare ialah tempat berbelanja yang luas dan tempat parkir serta terdapat *foodcourt* yang ditempatkan di depan toko.

Kebutuhan pokok sehari-hari yang disediakan oleh swalayan Top Pare diantaranya beras, gula dan minyak. Kebutuhan pokok tersebut selalu dibutuhkan oleh konsumen setiap hari guna untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Tabel 1.2
Jumlah Member Swalayan Top Pare

No	Tahun	Jumlah Member
1	2017	11.798
2	2018	15.003
3	2019	18.126

Sumber: Data Swalayan Top Pare

Data diatas menunjukkan jumlah member swalayan Top Pare pada tahun 2017 berjumlah 11.798 member. Pada tahun 2018 berjumlah 15.003 member. Pada tahun 2019 berjumlah 18.126 member.

Ketatnya persaingan bisnis akan berdampak pada volume penjualan swalayan Top Pare. Berikut ini dipaparkan volume penjualan sembako diantaranya beras, minyak dan gula pada bulan september hingga november 2019 yang terdapat di swalayan Top Pare.

Tabel 1.3
Volume Penjualan Sembako (Beras, Minyak dan Gula) Pada Bulan September – November 2019

No	Nama Produk	Volume Penjualan		
		September	Oktober	November
1	Beras Menco	165	216	247
2	Begawan Rosita	146	150	163
3	Merodika	139	190	171
4	Bramo Rosita	135	127	129
5	Cap Hijau	122	110	119
6	Bokor	241	198	203
7	Hemart	428	237	246
8	Sovia	292	266	312
9	Bimoli	4.373	4.397	4.502
10	Filma	124	151	160
11	Fortune	5.061	6.025	6.125
12	Sanco	89	47	63
13	Dunia	24	57	62
14	Tropical	18	7	9
15	Sania	102	129	117
16	Gulaku	399	316	208
17	Singkuning	189	253	270
18	Gula Walini	186	208	180
19	Tropicana Slim	18	7	9

Sumber: Data TOP Swalayan Pare (2019)

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, dapat diketahui bahwa volume penjualan minyak goreng Fortune lebih banyak dibandingkan dengan volume penjualan produk sembako lainnya serta dari bulan september hingga november selalu mengalami peningkatan volume penjualan.

Tabel 1.4
Jumlah Konsumen Minyak Goreng Fortune

Beli	1.243
Tidak Beli	16.883
Jumlah	18.126

Sumber: Data Swalayan Top Pare

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa dari total jumlah member swalayan Top Pare secara keseluruhan, sebanyak 1.243 member menjadi konsumen minyak goreng fortune.

Minyak goreng Fortune merupakan salah satu merek minyak goreng yang diproduksi oleh PT Wilmar Nabati Indonesia yaitu perusahaan yang bergerak dibidang pengelolaan kelapa sawit. Minyak Fortune telah mendapatkan sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. PT Wilmar Nabati Indonesia mengelola perkebunan kelapa sawit terbesar di dunia yang mengoperasikan sekitar 160 pabrik dan mempekerjakan sekitar 67.000 karyawan yang ada di lebih dari 20 negara. Perkebunannya di Indonesia berada di Sumatera, Kalimantan Barat dan Kalimantan Tengah. Produk yang diproduksi oleh PT Wilmar Indonesia diantaranya minyak goreng Sania, Sovia, Fortune, tepung terigu Tulip, margarin Sania dan tepung terigu Sania. Salah satu produk yang ingin diteliti adalah minyak goreng Fortune. Minyak goreng Fortune mengandung omega 6 dan 9 yang baik untuk kesehatan otak dan tubuh. Minyak goreng Fortune juga mengandung vitamin E dan A.[10]

[10] https://job-like.com/company/6132/ diakses pada 15 Februari 2020, 09:28.

Untuk mengetahui perbedaan harga minyak goreng Fortune dibeberapa swalayan yang ada di Pare Kediri. Berikut ini disajikan data mengenai harga minyak goreng Fortune pada bulan Februari 2020.

Tabel 1.5
Daftar Harga Minyak Goreng Fortune Bulan Februari 2020

No	Nama Produk	Nama Swalayan	Harga	
			Fortune 1L	Fortune 2L
1	Fortune	Dinasti	11.900	23.300
2	Fortune	Indomaret	12.500	24.200
3	Fortune	Alfamart	12.500	24.200
4	Fortune	Roxy Mart	12.100	23.900
5	Fortune	Tsamania	12.700	24.400
6	Fortune	TOP	11.500	22.300

Sumber: Observasi Peneliti (2020)

Pada tabel 1.5 diatas dapat diketahui bahwa harga minyak goreng Fortune di Top swalayan cukup murah dibandingkan dengan Dinasti, Indomaret, Alfamart, Roxy Mart dan Tsamania. Selisih harga yang paling rendah ialah Top swalayan dengan Dinasti yaitu sebesar 400 rupiah untuk minyak goreng Fortune 1L dan selisih 500 rupiah untuk Fortune 2L serta selisih harga tertinggi terdapat diantara Top swalayan dengan Tsamania yaitu sebesar 1.200 ruapiah untuk Fortune 1L dan untuk Fortune 2L sebesar 2.100 rupiah.

Selain data penjualan dan perbandingan harga Fortune peneliti juga mendapatkan data melalui observasi langsung kepada 30 orang konsumen Top swalayan Pare. Tujuan diadakannya observasi ialah untuk mengetahui lebih lanjut terkait keadaan yang dirasakan oleh konsumen atas kepuasan konsumen yang dilakukan berdasarkan kualitas produk, pelayanan, merek,

harga dan biaya di swalayan Top Pare. Berikut ini dipaparkan data hasil observasi kepada 30 orang konsumen tersebut.

Tabel 1.6
Hasil Observasi Kepada Konsumen Top Swalayan Pare Terkait Keputusan Pembelian

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	Konsumen Minyak Goreng Fortune
1	Kualitas Produk	1
2	Kualitas Pelayanan	3
3	Merek	2
4	Harga	24
5	Biaya	0
Jumlah		30

Sumber: Observasi Peneliti (2019)

Berdasarkan hasil observasi diatas sebanyak 24 orang memilih harga, hal tersebut berarti bahwa harga mendapatkan jumlah pemilih terbanyak dibandingkan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, merek dan biaya sehingga peneliti memilih harga sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen Top swalayan Pare menurut mereka harga yang ditawarkan dibawah harga barang-barang di swalayan lain. Menurut Retno Ayu (Mahasiswa STIKES Pamenang Pare), bahwa harga yang ditetapkan Top swalayan Pare jauh dibawah pasaran pada umumnya, dibandingkan dengan tempat-tempat lain yang ada di Pare.

Pendapat yang sama juga dikeluarkan oleh Dyna Ika (Penduduk Kecamatan Plemahan Kabupaten Kediri). Menurut pendapatnya harga yang ditetapkan Top swalayan Pare jauh di bawah dari harga yang ditetapkan pada

swalayan lain. Menurutnya selisih TOP swalayan dengan swalayan lain dapat berkisar mulai 500 hingga 2000 rupiah.

Menurut Arta Kurnia Sari (Warga Dusun Templek, Kec. Pare) dibandingkan dengan swalayan lain Top swalayan Pare lebih ramai pengunjung. Hal ini dapat terlihat dari antrian kasir yang mengular panjang.

Setelah dilakukan observasi awal diketahui bahwa swalayan Top memiliki fasilitas yang memadai seperti tempat berbelanja dan tempat parkir yang luas serta terdapat *foodcourt* didepan toko. Oleh karena itulah peneliti memilih lokasi penelitian berada di Top swalayan Pare.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, maka peneliti menduga bahwa harga yang ditetapkan oleh swalayan Top Pare dan fasilitas yang dimiliki oleh swalayan Top Pare seperti tempat berbalanja, parkir yang luas serta terdapat *foodcourt* yang diletakkan didepan toko menjadi dasar kepuasan konsumen minyak goreng fortune. Maka dari itu peneliti melakukan penelitian di swalayan tersebut dengan menyusun judul "PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MINYAK GORENG FORTUNE (Studi Kasus di Swalayan TOP Pare Kediri)."

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pendapat Konsumen Mengenai Harga Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare ?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare ?

3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pendapat Konsumen Mengenai Harga Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare.
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Swalayan Pare.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki kegunaan teoritis dan praktis yang akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis
   a. Bagi peneliti

      Setelah melakukan penelitian ini peneliti dapat memperdalam keilmuan, pengalaman dan pengetahuan khususnya mengenai pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

   b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Kediri

      Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa lain khususnya mahasiwa Progam Studi Ekonomi Syariah

yang akan mengambil penelitian yang sama dan menindak lanjuti penelitian ini dengan informasi penelitian yang lebih baik.

c. Bagi pihak Top Swalayan Pare

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan khususnya mengenai kepuasan konsumen terhadap eksistensi dan kemajuan swalayan Top Pare agar dapat diperhatikan lebih detail lagi.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan pada swalayan Top Pare akan pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

b. Penelitian diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan masukan bagi pihak manajemen swalayan pada umumnya mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mencapai kepuasan konsumen.

c. Memenuhi salah satu syarat untuk mendapat Gelar Sarjana Ekonomi Progam Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kediri.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban permasalahan sementara yang bersifat dugaan dari suatu penelitian. Dugaan harus dibuktikan kebenarannya melalui data empiris. Hipotesis suatu pernyataan pendugaan, suatu proposisi

sementara mengenai hubungan antara dua atau lebih fenomena atau variabel.[11] Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (Ho)

   Ho: Diduga Tidak Ada Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare

2. Hipotesis Alternatif (Ha)

   Ha: Diduga Terdapat Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Fortune di Swalayan Top Pare

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan-anggapan dasar tentang suatu hal yang dijadikan pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian.[12] Dalam hal ini tidak perlu membuktikan kebenaran hal yang diasumsikan, akan tetapi dapat langsung memanfaatkan hasil pengukuran yang diperoleh. Adapun asumsi dasar pada penelitian ini adalah variabel harga akan mempengaruhi kepuasan konsumen minyak goreng Fortune di Swalayan Top Pare tanpa harus mengetahui hubungan antara harga dengan kepuasan konsumen.

G. Penegasan Istilah

Untuk memperoleh gambaran yang jelas, mudah difahami dan terhindar dari presepsi yang salah, maka perlu adanya definisi operasional atau

[11] Supardi, *Metodologi Penelitia Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 69.
[12] Tim Penyelesaian Skripsi, *Pedoman Penulisan Kerya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri*, (Stain: 2016), 71.

penegasan istilah untuk menghindari kekaburan obyek agar sesuai dengan arah dan tujuan penelitian.

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang dapat diamati.[13]

1. Pengaruh

   Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, orang, benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan gaib dan sebagainya, berpengaruh, berkuasa, mempengaruhi, berpengaruh pada, mengenakan pengaruh pada, terpengaruh, kena pengaruh, dipengaruhi.[14]

2. Harga

   Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya.[15]

3. Kepuasan

   Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.[16]

---

[13] Ibid., 72.
[14] Dessy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Amelia, 2005), 251.
[15] M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 180.
[16] Surya Dailiati, *Kebijakan Retribusi Kebersihan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat*, (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2018), 98.

4. Konsumen

   Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[17]

5. Kepuasan Konsumen

   Kepuasan konsumen atau pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.[18]

H. Telaah Pustaka

1. Aprilia Nurbudi Pratiwi[19], *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Depot Sate Tenang Katang Kab Kediri)*. Hasil penelitian oleh Aprilia Nurbudi Pratiwi menunjukkan bahwa: 1) variabel harga (X) memiliki skor tertinggi, hasilnya cukup baik yang dapat dilihat dari nilai mean sebesar 42,75. 2) variabel kepuasan konsumen (Y) termasuk kategori cukup baik dengan nilai mean sebesar 42,12. Mean tersebut berada diantara skor 39,1239 dan 45,117. Hasil perhitungan korelasi sebesar 0,844 dan signifikan 0,000 angka ini menunjukan adanya korelasi yang kuat. Hasil uji regresi sebesar 7,172 menunjukkan jika harga menciptakan kepuasan konsumen.

---

[17] Happy Susanto, *Hak-hak Konsumen Jika Dirugikan*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2008), 22.
[18] Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 35.
[19] Aprilia Nurbudi Pratiwi, *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Depo Sate Katang Kab Kediri)*, IAIN Kediri, 2019.

Adapun persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel X dan Y-nya sama yaitu harga dan kepuasan konsumen. Perbedaannya objek yang digunakan peneliti sebelumnya berada di Depot Sate Tenang Katang Kediri sedangkan peneliti melakukan penelitian di swalayan Top Pare.

2. Annisa Susanti[20], *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) (Studi pada PDAM Unit Sugio Kabupaten Lamongan)*. Hasil dari penelitian oleh Annisa Susanti menunjukkan: 1) hasil pengujian variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai mean 42,77 dan standar deviasi 4,136. Berarti variabel kualitas pelayanan termasuk kategori cukup baik. 2) hasil pengujian variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai mean 41,20 dan standar deviasi 3,207. Variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori cukup baik. 3) t_{tabel} 1,988 dan nilai sig 0,00 < 0,05 artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh sangat parsial terhadap kepuasan pelanggan.

   Adapun persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif Y-nya sama yaitu kepuasan konsumen. Perbedaanya terletak pada variabel X yaitu kualitas pelayanan sedangakan peneliti menggunakan variabel X harga serta peneliti terdahulu mengambil objek pada PDAM unit Sugio Kabupaten Lamongan sedangkan peneliti berada di swalayan Top Pare.

---

[20] Annisa Susanti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) (Studi Pada PDAM Unit Sugiono Kabupaten Lamongan)*, IAIN Kediri, 2019.

3. Eriyanto Prastyo Nugroho[21], *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*. Hasil Penelitian oleh Eriyanto Prastyo Nugroho menunjukkan bahwa: 1) ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 13,61%. 2) ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 25,40%. 3) ada pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen mahasiswa ekonomi Unnes pengguna notebook Acer sebesar 59,3%.

   Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif, salah satu variabel X yaitu harga dan variabel Y sama-sama menggunakan kepuasan konsumen. Perbedaanya terletak pada banyaknya varibel X, peneliti terdahulu menggunakan 2 variabel X yaitu harga dan kualitas produk sedangakan peneliti hanya menggunakan variabel harga. Objek yang digunakan oleh peneliti sebelumnya ialah mahasiswa Unnes fakultas ekonomi sedangkan objek peneliti ialah swalayan Top Pare.

4. Irfan Rasyid Anwari[22], *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kangen Water (Studi Pada CV Kangen*

---

[21] Eriyanto Prastyo Nugroho, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)*, UNS, 2011.

[22] Irfan Rasyid Anwari, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kangen Water (Studi Pada CV Kangen Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung),*Universitas Lampung, 2018.

Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung). Hasil Penelitian oleh Irfan Rasyid Anwari menunjukkan bahwa: 1) hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikan hitung pada X_1 dan X_2 dibawah alpa, berarti variabel kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 2) hasil uji F keseluruhan variabel secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. 3) hasil uji R^2 X_1 dan X_2 berperan mempengaruhi Y, memiliki kontribusi sebesar 46,1% dan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan salah satu variabel X yaitu harga serta variabel Y kepuasan konsumen. Perbedaanya terlatak pada jumlah variabel X yang digunakan, peneliti sebelumnya menggunakan 2 variabel yaitu kualitas produk dan harga. Objek yang digunakan juga berbeda peneliti terdahulu memilih objek CV Kangen Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung sedangkan peneliti berada di swalayan Top Pare.

5. Yetty Husnul Hayati[23], *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*. Hasil Penelitian oleh Yetty Husnul Hayati menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk yang ditawarkan telah memuaskan konsumennya terbukti dengan kuesioner, namun dalam 8 dimensi ada 2 dimensi yaitu fitur -0,340 dan *conformance* -0,204 yang menurut responden kurang baik. 2) kepuasan berdasarkan nilai rata-rata indeks sebesar 100,1% berarti konsumen sudah

[23] Yetty Husnul Hayati, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo*, Universitas Pakuan, 2015.

merasa puas dengan kualitas yang disajikan. 3) nilai korelasi antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 0,710. Pada uji $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 89,621 > 1,96.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Perbedaanya terletak pada variabel X, peneliti terdahulu menggunakan variabel kualitas produk sedangkan peneliti harga. Objek yang digunakan oleh peneliti terdahulu ialah restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut Solo sedangkan peneliti swalayan Top Pare.