

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejalan dengan kemajuan zaman dan teknologi, maka perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen untuk menjamin kelangsungan hidup. Awal dari suatu pemasaran adalah suatu kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan makanan, air, udara, pakaian, dan papan untuk tetap hidup. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut manusia membutuhkan kelompok dalam rangka melakukan bisnis. Bisnis merupakan kegiatan untuk menghasilkan sesuatu, baik barang maupun layanan atau jasa.

Bisnis juga merupakan usaha perdagangan dengan menjual barang atau layanan kepada konsumen, baik individu maupun perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan, pasar, swalayan, rumah sakit, konsultan, pasar tradisional, dan sebagainya, semuanya merupakan organisasi bisnis.¹

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif agar bisnisnya mampu bersaing dengan perusahaan lain. 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 strategi bisnis agar tetap bertahan dipasaran dan semakin berkembang bisnisnya.

¹ Eko Purwanto, *Pengantar Bisnis*, (Banyumas: Sasanti Institute, 2020), 1.

Salah satu bisnis yang berkembang cepat dari waktu ke waktu ialah bisnis ritel. Bisnis dibidang ritel saat ini telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis ritel diberbagai tempat baik di perkotaan maupun pedesaan. Bisnis ritel tersebut dapat berbentuk minimarket, swalayan, supermarket, hypermart dan department store. Hal tersebut memberikan kemudahan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Di setiap kota dan kabupaten tentunya telah berdiri beberapa swalayan, salah satunya adalah Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Berikut adalah daftar swalayan yang berada di Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur:

Tabel 1.1
Daftar minimarket di Kecamatan Grogol

No	Nama Swalayan	Alamat	Keterangan
1.	Rejeki Muda Toserba	Jl. Raya Gringging, Rt.08/Rw.02, Santren Kidul, Cerme, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151	Menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok sehari-hari. Mempunyai tempat berbelanja yang cukup dan disediakan tempat parkir yang memadai.
2.	Toko Mina	Jl. Raya Kediri Nganjuk No. 26, Sukosewu, Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari. Terdapat <i>foodcort</i> dan area bermain anak. Mempunyai tempat berbelanja yang luas dan disediakan tempat parkir yang luas.
3.	Toko Hijau	Jl. Raya Kediri Nganjuk No. 64,	Menyediakan berbagai macam

		Maron, Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151	kebutuhan pokok sehari-hari. Mempunyai tempat berbelanja yang cukup dan disediakan tempat parkir yang memadai.
4.	Sahabat Ilmu	Jl. Raya Kediri Nganjuk No. 33, Sukosewu, Wonoasri, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151.	Menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok sehari-hari. Mempunyai tempat berbelanja yang cukup dan disediakan tempat parkir yang memadai.
5.	Djenova	Jl. Raya Kediri Nganjuk, Santren Lor, Cerme, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur 64151.	Menyediakan kebutuhan pokok sehari-hari, mempunyai kartu member, mempunyai group whatsapp. Mempunyai tempat belanja dan parkir yang luas.

Sumber: Observasi Peneliti (2022)

Dari table 1.1 diatas, terdapat 5 swalayan yang berada di Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur. Masing-masing swalayan tersebut menjual produk yang relative sama, yaitu produk kebutuhan pokok sehari-hari. Selain itu lokasinya saling berdekatan. Namum masing-masing swalayan tersebut mempunyai fasilitas yang berbeda-beda seperti tempat belanja yang luas dan nyaman, penyediaan tempat parkir dengan ukuran yang berbeda serta dilengkapi dengan *foodcourt* dan juga *playground* untuk menarik pelanggan.

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti swalayan Djenova karena swalayan tersebut merupakan swalayan baru yang berdiri di Kecamatan Grogol. Lokasinya sangat strategis, konsumennya pun relative stabil bahkan meningkat dan mampu bersaing di tengah maraknya swalayan yang ada. Hal itu dikarenakan swalayan Djenova mempunyai Group whatsapp yang dikhususkan untuk para konsumennya. Di dalam Group whatsapp tersebut memberikan informasi mengenai promo dan jualan yang berlaku di swalayan Djenova. Adanya grup whatsapp ini menjadi ciri khas tersendiri bagi swalayan Djenova Kecamatan Grogol untuk menarik minat beli konsumennya.

Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur merupakan swalayan penyedia kebutuhan pokok dan lainnya. Guna meningkatkan eksistensinya, swalayan ini juga memberlakukan member kepada konsumennya. Berikut peneliti lampirkan data member Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, Jawa Timur:

Tabel 1.2
Jumlah Member Swalayan Djenova Kec. Grogol Kab. Kediri

No	Tahun	Jumlah Member
1	2019	1.153
2	2020	1.398
3	2021	1.593

Sumber: Data Member Swalayan Djenova

Data diatas menunjukkan jumlah member swalayan Djenova dalam 3 tahun terakhir. Pada tahun 2019 berjumlah 1153 member. Pada tahun 2020 berjumlah 1398 member. Pada tahun 2021 mengalami peningkatan member yang berjumlah 1593 member.

Secara umum pemasaran dianggap sebagai tugas untuk memperkenalkan, menciptakan dan diantaranya menyerahkan barang maupun jasa kepada konsumen dan perusahaan.² Kegiatan pemasaran pada dasarnya dapat dianggap sebagai kegiatan yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, dan juga mendistribusikan barang ataupun jasa yang dapat memberikan kepuasan dan memenuhi keinginan pembeli yang ada atau pembeli potensial.³

Inti dari kegiatan pemasaran salah satunya adalah mengetahui keinginan konsumen dan berusaha memuaskan konsumen, karena dengan konsumen yang telah merasakan kepuasan terhadap sebuah produk akan menimbulkan kecenderungan bagi para konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan akan menjadikan konsumen terkait menjadi pelanggan setia.⁴

Dengan demikian diharuskan bagi pelaku usaha atau perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif demi mampu bersaing dengan produsen lain yang menawarkan produk dan jasa sehingga konsumen memiliki pilihan yang bermacam-macam untuk menentukan jadi atau tidaknya dalam melakukan pembelian.

Pelaku usaha dan perusahaan yang mampu memahami bagaimana keinginan dan kebutuhan konsumen akan lebih mengerti strategi-strategi yang efektif dalam menjadikan seorang konsumen merasakan kepuasan dan akan

² Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015), 5.

³ Baru Swastha, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty, 2002), 10.

⁴ Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS dan Excel untuk mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*, (Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo, 2006), 3.

memotivasi konsumen terkait untuk melakukan pembelian ulang yang berupa produk maupun jasa kepada perusahaan tersebut. Dengan demikian akan semakin mempermudah bagi para pelaku usaha dan perusahaan untuk mendapatkan pelanggan setia, lebih tepatnya produsen yang mengerti dan memahami keinginan maupun kebutuhan konsumen akan menjadi pemenang dalam persaingan pasar.

Permasalahan yang sering kali dihadapi oleh berbagai perusahaan pada umumnya adalah masalah dari segi penentuan harga. Penentuan sebuah harga merupakan hal yang sangat penting dalam proses perolehan keuntungan, sebab penentuan harga yang tepat dengan menyesuaikan daya beli konsumen, dapat memberikan dampak positif dari perilaku konsumen karena pada umumnya konsumen akan lebih memilih harga yang lebih rendah.⁵ Harga merupakan salah satu faktor yang akan menjadi pertimbangan bagi para konsumen untuk membeli atau menikmati suatu produk atau jasa. Harga yang relative rendah atau dengan kata lain lebih murah, merupakan sumber kepuasan yang penting bagi konsumen yang disebabkan perolehan *value for money* yang tinggi bagi para konsumen.⁶

Menurut Kotler yang dikutip kembali oleh Donni Juni Priansa , kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal

⁵ Ihzan Fauzi, *Marketing For Teen: Cara Mudah Belajar Pemasaran*, (Surakarta: Pt. Era Intermedia, 2008), 31.

⁶ Handi Irawan, *Sepuluh Prinsip Keputusan Pelanggan*, (Jakarta: Elexmedia Komputindo, 2002), 37.

memenuhi ekspektasi , pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.⁷

Ketatnya persaingan bisnis akan berdampak pada volume penjualan swalayan Djenova. Berikut ini dipaparkan volume penjualan kebutuhan akan perlengkapan hidup lainnya salah satunya seperti detergen pada tahun 2019 hingga 2021 yang terdapat di swalayan Djenova.

Tabel 1.3
Volume Penjualan Detergen di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri

No	Nama Produk	2019	2020	2021
1	Rinso	3.245	3.321	3.400
2	So Klin	3.459	3.454	3.367
3	Daia	3.300	3.227	3.065
4	Gentle Gen	4.237	4.300	4.527

Sumber : Data Swalayan Djenova

Berdasarkan tabel 1.3 diatas, dapat diketahui bahwa volume penjualan detergen *Gentle Gen* lebih banyak dibandingkan dengan volume penjualan Rinso, So Klin, dan Daia. Serta dari tahun 2019 hingga tahun 2021 selalu mengalami peningkatan volume penjualan.

Detergen *Gentle Gen* merupakan salah satu merek detergen yang diproduksi oleh Mayora yang bekerja sama dengan Savonnerie Pascal Paris. *Gentle Gen* terkenal dengan motto “detergen tumbuhan, tangan selalu lembut dan halus”. *Gentle Gen* menghadirkan era baru laundry kepada dunia. Didukung oleh bahan-bahan nabati, *Gentle Gen* dirancang untuk menggantikan labsa dan detergen berbasis minyak bumi lainnya. Formula

⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, 196-197

inovatif kami lembut ditangan dan lembut pada serat kain, karenanya menjadi inspirasi untuk logo merek “Double G”. dengan kesegaran parfum prancis dan tutup penghilang noda yang inovatif, formula nabati *Gentle Gen* (detergen berbahan aktif tumbuhan) memecahkan masalah cucian yang disebabkan oleh detergen berbahan aktif petro.⁸

Berikut peneliti lampirkan data jumlah pelanggan di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri:

Tabel 1.4

Jumlah Pelanggan Swalayan Djenova

No	Produk	Jumlah
1.	Beras	270
2.	Minyak	215
3.	Gula	183
4.	Sabun Cuci	425
5.	Sabun Mandi	310
6.	Pasta Gigi	190
Total		1.593

Sumber: Data Swalayan Djenova

Pada Tabel 1.4 diatas menjelaskan bahwa dari total jumlah member swalayan Djenova secara keseluruhan, sebanyak 425 member menjadi konsumen sabun cuci. Berikut peneliti lampirkan data pelanggan yang membeli sabun cuci didapatkan data sebagai berikut:

⁸ <https://mayora.com/our-brands/home-care/gentle-gen/> Diakses Pada Tanggal 14 Februari 2022 Pukul 22.35.

Tabel 1.5**Merek Sabun Cuci**

No	Merek	Jumlah
1.	<i>Gentle Gen</i>	200
2.	Daia	80
3.	Rinso	95
4.	So Klin	50
Total		425

Sumber: Data Swalayan Djenova

Pada tabel 1.5 diatas menjelaskan bahwa terdapat 200 member memilih produk *gentle gen*. Sedangkan yang lain memilih daia sebanyak 80 member, rinso 95 member dan so klin sebanyak 50 member. Berikut ini disajikan data mengenai menggunakan detergen *gentle gen* sebagai berikut:

Tabel 1.6**Menggunakan Detergen *Gentle Gen***

Frekuensi	Responden
1 kali	0
>1 kali	200
Total	200

Sumber: Berdasarkan Observasi

Tabel 1.6 menunjukkan pembelian detergen *Gentle Gen* lebih dari satu kali memiliki jumlah 200 responden. Mengingat syarat seseorang merasa puas jika sudah melakukan pembelian ulang minimal 2 kali.

Untuk mengetahui perbedaan harga detergen *Gentle Gen* di beberapa swalayan yang ada di Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Berikut ini disajikan data mengenai harga detergen pada bulan februari 2022.

Table 1.7
Daftar Harga Detergen *Gentle Gen* Bulan Februari 2022

No	Nama Produk	Nama Swalayan	Harga
1.	Gentle Gen 750ml	Rejeki Muda Toserba	17.000
2.	Gentle Gen 750ml	Toko Mina	20.500
3.	Gentle Gen 750ml	Toko Hijau	18.300
4.	Gentle Gen 750ml	Sahabat Ilmu	18.000
5.	Gentle Gen 750ml	Djenova	13.500

Sumber: Observasi Peneliti (2022)

Pada tabel 1.7 diatas dapat diketahui bahwa harga detergen *Gentle Gen* di swalayan Djenova cukup murah dibandingkan dengan Rejeki Muda Toserba, Toko Mina, Toko Hijau, dan Sahabat Ilmu. Selisih harga yang paling rendah ialah swalayan Djenova dengan Rejeki Muda Toserba yaitu sebesar 3.500 serta selisih harga tertinggi terdapat diantara swalayan Djenova dengan Toko Mina yaitu sebesar 7.000 rupiah. Swalayan Djenova merupakan swalayan yang memasok barang dagangnya dari distributor pertama (pabrik), swalayan Djenova mendapatkan potongan harga 2% dari harga pabrik. Dan swalayan Djenova merupakan swalayan yang mengambil keuntungan paling rendah dari pada swalayan lain, seperti dari visi swalayan Djenova yaitu menyediakan harga kebutuhan pokok termurah sekecamatan Grogol.⁹ Selain data penjualan dan perbandingan harga Detergen *Gentle Gen* peneliti juga mendapatkan data melalui observasi langsung kepada 35 orang konsumen swalayan Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Tujuan diadakannya observasi ialah untuk mengetahui lebih lanjut terkait keadaan yang dirasakan oleh

⁹ Wawancara dengan Ibu Deika Ayu, Pemilik Usaha Swalayan Djenova, Grogol, 13 Februari 2022

konsumen atas kepuasan konsumen yang dilakukan berdasarkan emosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, biaya dan kemudahan di swalayan Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri. Berikut ini dipaparkan data hasil observasi kepada 35 orang konsumen tersebut.

Tabel 1.8
Faktor Kepuasan Konsumen Detergen

No	Alasan Pembelian Produk	Jumlah
1.	Emosi	2
2.	Kualitas Pelayanan	0
3.	Kualitas Produk	3
4.	Harga	25
5.	Biaya dan Kemudahan	5
Jumlah		35

Sumber: Data diolah peneliti

Berdasarkan hasil observasi diatas sebanyak 25 orang memilih harga, hal tersebut berarti bahwa harga mendapatkan jumlah pemilih terbanyak dibandingkan dengan emosi, kualitas pelayanan, kualitas produk, . Sehingga peneliti memilih harga sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen Djenova Swalayan menurut mereka harga yang ditawarkan dibawah harga barang-barang di swalayan lain. Menurut Ibu Siti Aminah (Penduduk Kecamatan Tarokan Kediri), bahwa harga yang ditetapkan Djenova swalayan jauh dibawah pasaran pada umumnya, dibandingkan dengan tempat-tempat lain yang ada di Kecamatan Grogol.

Pendapat yang sama yaitu menurut Awwalin Najah (Penduduk Kecamatan Grogol Kediri). Menurut pendapatnya bahwa harga yang

ditetapkan Djenova Swalayan jauh dibawah pasaran pada umumnya, dibandingkan dengan tempat-tempat lain yang ada di Kecamatan Grogol. Menurutnya selisih swalayan Djenova dengan swalayan lain dapat berkisar 500 hingga 7000 rupiah.

Menurut Zahrotul Sinta (Mahasiswi IAIN Kediri) dibandingkan dengan swalayan lain swalayan Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri lebih ramai pengunjung. Hal ini dapat terlihat dari antrian kasir yang mengular panjang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas bahwa faktor harga dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan kepuasan konsumen, maka penulis tertarik untuk melakukann penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DETERGEN *GENTLE GEN* (Studi pada Swalayan Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari konteks penelitian yang telah di sampaikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana Pendapat Konsumen Mengenai Harga Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri?
3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian diatas, ada beberapa tujuan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pendapat Konsumen Mengenai Harga Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.
2. Untuk Mengetahui Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan serta mampu menerapkan ilmu dan berbagai teori yang telah penulis pelajari ke dalam kehidupan sehari-hari.
 - b. Bagi akademisi dapat memberikan mamfaat dalam hal pengembangan ilmu ekonomi, melalui pendekatan dan cakupan variabel yang digunakan, terutama hal-hal yang berhubungan dengan harga terhadap kepuasan konsumen.

- c. Hasil penelitian ini diharapkan mampu mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri

Bagi Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri, sebagai bahan masukan khususnya mengenai Kepuasan Konsumen terhadap eksistensi dan kemajuan swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri agar dapat diperhatikan lebih detail lagi.

- b. Bagi Peneliti

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

- c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini akan membantu masyarakat dalam melakukan suatu penilaian harga sehingga akan lebih menyakinkan kepuasan konsumen pada swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban sementara yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji secara empiris.¹⁰ Sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui

¹⁰ Sumadi Surya Brata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), 36.

penelitian. Pembuktian itu hanya dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data di lapangan.¹¹ Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Nol (H_0)

H_0 : Diduga Tidak Ada Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri

2. Hipotesis Alternatif (H_a)

H_a : Diduga ada Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen *Gentle Gen* di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

F. Telaah Pustaka

1. Yetty Husnul Hayati, *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 merasa puas dengan kualitas yang disajikan. 3) nilai korelasi antara variabel kualitas produk dengan kepuasan konsumen memiliki nilai sebesar 0,710. Pada uji Fhitung > Ftabel yaitu $89,621 > 1,96$.

¹¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 75.

Adapun persamaan penelitian ini dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel X dan Y yaitu harga dan kepuasan konsumen. Perbedaanya terletak pada objek yang digunakan oleh peneliti terdahulu ialah restoran bebek dan ayam goreng Pak Ndut Solo sedangkan peneliti di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

2. Irfan Rasyid Anwari, Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kangen Water (Studi Pada CV Kangen Tirta Jaya Abadi di Bandar Lampung). Hasil Penelitian oleh Irfan Rasyid Anwari menunjukkan bahwa: 1) hasil uji t diketahui bahwa nilai signifikan hitung pada X1 dan X2 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 R2 X1 dan X2 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 Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

3. Eriyanto Prastyo Nugroho, 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. Perbedaannya terletak pada banyaknya variabel X, peneliti terdahulu menggunakan 2 variabel X yaitu harga dan kualitas produk. Objek yang digunakan oleh peneliti sebelumnya ialah mahasiswa Unnes fakultas ekonomi sedangkan objek peneliti ialah di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

4. Skripsi oleh Miftachul Amilin (2015) mahasiswa IAIN Kediri *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Anggota di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri”*. Jenis

penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang memakai jenis penelitian korelasi. Dari hasil uji regresi didapatkan nilai koefisien korelasi yang ditunjukkan oleh *r square* sebesar 0,165. Angka ini berarti bahwa variabel kepuasan anggota mampu dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 16,5%. Persamaan regresi menunjukkan bahwa $Y=22,154 + 0,370X$. Hal ini berarti bahwa adanya keberadaan variabel X (Kualitas Pelayanan) memberikan pengaruh kepada variabel Y (Kepuasan Anggota) sebesar 0,37. Kontribusi x terhadap y sebesar 16,5% sehingga 83,5% dipengaruhi variabel pelayanan, kualitas produk harga dan promosi.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Miftachul Amilin adalah sama-sama mengkaji kepuasan konsumen, dan jenis penelitiannya adalah metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni variabel x yaitu harga dan objek penelitiannya adalah konsumen di Swalayan Djenova Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

5. Aprilia Nurbudi Pratiwi, 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 menunjukkan adanya korelasi yang kuat. Hasil uji regresi sebesar 7,172 menunjukkan jika harga menciptakan kepuasan konsumen. 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 Djenova Kecamatan Grogol Kabupaten Kediri.