

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA 212 MART TABA JEMEKEH KECAMATAN
LUBUKLINGGAU TIMUR 1 KOTA LUBUKLINGGAU**



Oleh
DINDA DWI CITRA AISYAH
NIM 1656200058

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH
PALEMBANG
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dinda Dwi Citra Aisyah

No. Induk Mahasiswa : 1656200058

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil dari penelitian atau karya ilmiah sendiri dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada 212 Mart Taba Jemekeh Kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau”** kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, Juli 2020

Saya yang menyatakan

Dinda Dwi Citra Aisyah

Nim. 1656200058

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang sabar.”

(Al-Baqarah: 153)

Skripsi ini di persembahkan untuk :

- *Kedua Orang Tua ku yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa untuk kemudahan dalam menyelesaikan segala urusan.*
- *Saudara-saudaraku tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat.*
- *Kepada seluruh Keluarga saya yang selalu memberikan semangat.*
- *Almamaterku yang kubanggakan.*

ABSTRAK

Koperasi Syariah 212 Mart ini menjadi objek yang menarik bagi peneliti karena minimarket baru ini, muncul dengan latar belakang aksi pembelaan umat Islam atas penistaan agama (Q.S. Al-Maidah: 51). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Koperasi Syariah 212 Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau. Penelitian ini menguji tiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, harga dan promosi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, secara khusus, penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen pada koperasi 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 85 konsumen 212 mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau yang diperoleh dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, melalui koefisien regresi (R^2), uji F, dan uji t. Data-data yang telah memenuhi uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi.

Hasil penelitian ini menunjukkan semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen melalui uji F dan uji t, sedangkan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,959 menunjukkan 86% variasi kepuasan konsumen 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau yang didapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, dimana sisanya 14% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Kepuasan Konsumen.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai pada skripsi ini ialah Pedoman Transliterasi Arab-Indonesia yang berdasarkan Surat Keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf A	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik di bawahnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik di atasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik di bawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-

ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-
م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
هـ	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Ta'Marbuthah

1. Ta' marbuthah sukun ditulis b contoh **بعبادة** ditulis bi'idabah.
2. Ta' marbuthah sambung ditulis **ببرعبادة** ditulis bil'ibadatirabbih.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

Vokal yang ada di dalam bahasa arab:

- a. Fathah (---) =a
- b. Kasrah (---) =i
- c. Dhammah (---)=u

2. Vokal Rangkap

Lambang yang digunakan pada vokal rangkap yaitu gabungan antara harakat dengan huruf, dengan transliterasi yang berupa gabungan huruf.

- a. (اِي) = ay
- b. (يـ) = iy

c. (او) =aw

d. (و---) = uw

3. Vokal Panjang

a. (ا-----) =a

b. (ي---) =i

c. (و-----) =u

D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

a. Al qamariyah contohnya : “ الحمد ” ditulisal-hamd.

b. Al syamsiyah contohnya : “ النمل ” ditulisal-naml.

E. Daftar-daftar Singkatan

Adapun daftar-daftar singkatan, diantaranya:

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = subhanahu wa ta`ala

saw.= sall Allah `alaih wa sallam

QS. = al-Qur`an Surat

HR = Hadis Riwayat

Terj. = terjemahan.

F. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan karunia, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada 212 Mart Taba Jemekeh Kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau”**, sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada manusia yang paling mulia dengan keluhuran akhlaknya, yaitu Nabi Besar Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan akan tetapi harapan penulis skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya, atau mungkin menjadi sebuah inspirasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Aamiin.

Selanjutnya dalam proses penulisan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak maka segala macam hambatan dapat teratasi dengan baik. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Syamsuddin dan Ibu Jusniati yang selalu menjadi motivasi hidup penulis. Terima kasih atas setiap doa serta restu yang tidak pernah henti dipanjatkan dan kasih sayang yang tidak pernah henti diberikan, membantu dan mendukung penulis baik secara moril maupun materil untuk memenuhi impian kedua orangtua saya.
2. Ibu Prof. Nyayu Khodijah selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
3. Bapak DR. Heri Junaidi, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag sebagai Ketua prodi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang
5. Ibu Disfa Lidian Handayani, M.E.I selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
6. Bapak Dr. M. Rusydi, M.Ag selaku Penasehat Akademik.
7. Bapak Dr. Peny Cahaya Azwari.,MM,MBA dan Ibu Bunga Mar'atush Shalihah, S.E,M.A selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan yang sabar.
8. Segenap Dosen, Staf Administrasi dan Pengurus Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah memberikan ilmu dan bantuannya selama ini.
9. Saudaraku tercinta dan segenap keluarga besar penulis, terima kasih atas dukungan dan semua hal yang telah kalian berikan kepada ku.

10. Sahabatku tersayang Nurul Najiah Utami dan Caprin Ramadhani yang setiap saat memberikan dukungan dan masukan.
11. Untuk M. Nara Imam Wahyudi terimakasih sudah memberikan semangat dan dukungan tiada hentinya untukku.
12. Semua pihak yang telah membantu dan penyelesaian Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata hanya kepada Allah penulis memanjatkan doa, semoga Allah SWT memberikan balasan berupa amal yang berlipat kepada mereka. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi orang lain. Aamiin.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, Juli 2020
Penulis

Dinda Dwi Citra Aisyah

NIM: 1656200058

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN KEASLIAN	II
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	III
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	11
D. Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI DN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Theory Of Reasoned Action(TRA)	14
1. Pengertian Theory Of Reasoned Action(TRA)	14
2. Perilaku Konsumen.....	15
B. Kepuasan Konsumen	16
1. Definisi Kepuasan Konsumen	16
2. Indikator-indikator Kepuasan Konsumen.....	18
3. Ciri-ciri Konsumen Puas.....	19
4. Strategi Kepuasan Konsumen.....	20
5. Jenis Kepuasan Konsumen	21
6. Tingkat Kepuasan Konsumen.....	22
7. Kepuasan Konsumen dan Nilai Bagi Konsumen.....	23
8. Pemicu Kepuasan Konsumen	24
9. Komponen Kepuasan Konsumen	25
10. Pengukuran Kepuasan Konsumen	26
11. Elemen Kepuasan Konsumen	28

C.	Kualitas Pelayanan.....	29
1.	Definisi Kualitas Pelayanan.....	29
2.	Indikator-indikator Kualitas Pelayanan	31
3.	Dimensi Kualita Pelayanan.....	32
4.	Pelayanan dalam Pandangan Islam.....	33
D.	Harga.....	35
1.	Definisi Harga.....	35
2.	Indikator-indikator Harga	37
3.	Penetapan Harga	37
4.	Langkah-langkah Penetapan Harga	38
5.	Penetapan Harga dalam Pandangan Islam.....	38
E.	Promosi.....	39
1.	Definisi Promosi	39
2.	Indikator-indikator Promosi.....	41
3.	Macam-macam Sarana Promosi	41
4.	Konsep Promosi Dalam Islam	42
F.	Peneliti Terdahulu.....	45
G.	Hipotesis Penelitian	58
1.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	58
2.	Harga Terhadap Kepuasan Konsumen	59
3.	Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	60
H.	Kerangka Pemikiran Teoritis	61

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Ruang Lingkup Penelitian	63
B.	Desain Penelitian	63
C.	Jenis dan Sumber Data.....	64
1.	Jenis Data.....	64
2.	Sumber Data	64
D.	Metode Penentuan Sampel	64
1.	Populasi.....	64
2.	Sampel	65
E.	Metode Pengumpulan Data.....	67

F. Skala Pengukuran	67
G. Variabel-variabel Penelitian	68
1. Variabel Bebas (Independen)	68
2. Variabel Terikat(Dependen)	68
H. Defenisi Operasional	69
I. Teknik Analisis Data	71
J. Metode Analisis Data	72
1. Uji Validitas dan Reabilitas	72
2. Uji Asumsi Klasik.....	75
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4. Koefisien Determinasi	80
5. Uji Hipotesis	81

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	83
B. Karakteristik Responden.....	84
C. Uji Instrumen Penelitian	87
1. Uji Validitas.....	87
2. Uji Reliabilitas	90
D. Uji Asumsi Klasik.....	91
1. Uji Normalitas	91
2. Uji Multikolinearitas.....	93
3. Uji Heteroskedastisitas dengan Metode glesjer	94
E. Analisis Linear Berganda	95
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	102
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.....	102
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.....	104
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan	

Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau.....	106
4. Pengaruh Simultan Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen pada 212 Mart Taba Jemekeh kecamatan Lubuklinggau Timur 1 Kota Lubuklinggau	107
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	109
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: <i>Research Gap</i> Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	7
Tabel 1.2	: <i>Research Gap</i> Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	8
Tabel 1.3	: <i>Research Gap</i> Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	9
Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3.1	: Definisi Operasional Variabel	69
Tabel 3.2	: Koefesien Korelasi	74
Tabel 4.1	: Usia Responden	86
Tabel 4.2	: Jenis Kelamin Responden.....	87
Tabel 4.3	: Pendidikan Terakhir Responden	87
Tabel 4.4	: Hasil Uji Validitas Instrumen.....	88
Tabel 4.8	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	91
Tabel 4.9	: Hasil Uji Normalitas.....	94
Tabel 4.10	: Hasil Uji Multikolinearitas Hasil Kuesioner	95
Tabel 4.11	: Hasil Uji Heterokedastisitas dengan metode Glejser	97
Tabel 4.12	: Hasil Regresi Analisis Linier Berganda	98
Tabel 4.13	: ANOVA dengan nilai T dan Sig	100
Tabel 4.14	: ANOVA dengan nilai F dan Sig.....	102
Tabel 4.15	: Hasil Uji R^2 (Koefesien Determinasi).....	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Tingkat Kepuasan Konsumen.....	23
Gambar 2.2: Fakor-faktor yang mempengaruhi konsumen.....	25
Gambar 2.3: Kerangka Konseptual	62