

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI, FASILITAS, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI  
GIANT EKSTRA KENTEN PALEMBANG**



**Oleh:**

**Agus Sulaiman**

**NIM: 14190016**

**SKRIPSI**

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

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**2019**



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126


Formulir E.4

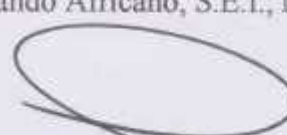
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Agus Sulaiman  
Nim/Jurusan : 14190016/ Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang

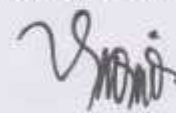
Telah diterima dalam Ujian Skripsi pada tanggal, 30 Juli 2019


PANITIA UJIAN SKRIPSI


Tanggal, 30 Juli 2019 Pembimbing Utama : Mismiwati, SE., MP  
t.t : 

Tanggal, 30 Juli 2019 Pembimbing Kedua: Fernando Africano, S.E.I., M.Si  
t.t : 

Tanggal, 30 Juli 2019 Penguji Utama : RA. Ritawati SE., M.H.I., M.Si  
t.t : 

Tanggal, 30 Juli 2019 Penguji Kedua : Hju Sri Gustiana, SS., M.M  
t.t : 

Tanggal, 30 Juli 2019 Ketua : Dinnul Alfian Akbar, SE, M.Si  
t.t : 

Tanggal, 30 Juli 2019 Sekretaris : Hj. Siti Mardiah, S.H.I, M.SH  
t.t : 

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Ibu Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Agus Sulaiman  
Nim/Jurusan : 14190016 / Ekonomi Syari'ah  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, 5 Agustus 2019

Penguji Utama



BA. Rihawati, SE., M.H.I., M.Si  
NIP. 1972060172007102004

Penguji Kedua



Iceu Sri Gustiana, SS., M.M  
NIK. 140601101312

Mengetahui  
Wakil Dekan I



Dr. Maftukhatu Solikhah, M.Ag  
NIP.197509282006042001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Sulaiman  
NIM : 14190016  
Jenjang : S1 Ekonomi Syariah

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, 4 Agustus 2019

Saya yang menyatakan



Agus Sulaiman  
NIM.14190016



**KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

---

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul : Pengaruh Produk, Harga, Promosi Lokasi, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang

Ditulis oleh : Agus Sulaiman

NIM : 14190016

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (SE)

**Palembang, 30 Juli 2019**

**Dekan,**



**Dr. Oodariah Barkah, M.H.I**  
**NIP. 197011261997032002**



KEMENTERIAN AGAMA  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: JL. Prof. K.H. Zainal Abidin Fikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir C.2

NOTA DINAS

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah  
Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Disampaikan dengan Hormat, setelah melakukan Bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul :

**PENGARUH PRODUK, HARGA, PROMOSI, LOKASI,  
FASILITAS, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DI GIANT EKSTRA KENTEN  
PALEMBANG**

Yang ditulis Oleh:

Nama : Agus Sulaiman  
NIM : 14190016  
Program : S1 Ekonomi Syariah


Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada fakultas ekonomi dan bisnis islam untuk diajukan dalam ujian *Komprehensif* dan ujian *Munaqosyah* ujian skripsi.


Wassalamualaikum wr. wb

Palembang, Mei 2019

Pembimbing Utama,

Pembimbing Kedua,

  
**Mismiwati, SE., MP**  
NIP. 1968102720141120001

  
**Fernando Africano, S.E.L., M.Si**

Motto :

*Seperti Pepatah Jepang Nanakorobi Yaoki” artinya terjatuh tujuh kali bangkit delapan kali.*

#### LEMBAR PERSEMBAHAN

*Ku Persembahkan Kepada :*

*Ayahku Hendry dan Ibuku Nita Hinorti yang paling ku sayangi, tanpa doa kalian aku bukanlah apa-apa dan takkan bisa jadi sekarang. Terima Kasih atas nasihat, semangat, dan doa yang selalu tercurah untuk kami anak-anak mu.*

*Saudara-saudariku, Nicho Noprendy, Demi Fahruzal, Oktarian dan Muhammad Rohmansyah yang telah memberi semangat kepadaku.*

*Sahabat-sahabatku yang senantiasa membantu Reza Ferdiansyah, Tri Sartika Rahayu, Intan dhiya dhira dan Kelas Ekonomi Islam 1 Angkatan 2014.*

*Dosen Pembimbingku Ibu Mismiwati, SE., MP dan Bapak Fernando Africano, S.E.I.,M.Si yang selalu memberikan ilmunya.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data menggunakan data primer. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui karena sebab itu menggunakan rumus hair sehingga sampel diperoleh 110 orang. Sampel dipilih menggunakan metode *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan questioner. Instrumen penelitian menggunakan metode *Skala Likert*. Metode analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial variabel produk, harga, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang. Sedangkan variable promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang. Secara simultan variabel Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas, Kualitas Pelayanan,  
Kepuasan Konsumen



## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh*

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran ALLAH SWT karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “*Pengaruh Produk, harga, promosi, lokasi, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen di Giant Ekstra Kenten Palembang*”, Sholawat serta salam tidak lupa selalu tercurah kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Penulis dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir banyak mendapat bimbingan, masukan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Ayahanda tercinta Hendry dan Ibunda tercinta Nita Hinorti yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan serta doa kepada penulis dan saudara-saudariku tercinta Nicho Noprendy, Demi Fahruzal, Oktarian, dan Muahammad Rohmansyah yang selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis.
2. Bapak Prof.Drs.H.M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Dr.Qodariah Barkah, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

4. Ibu Titin Hartini, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Mismiwati, SE., MP selaku Pembimbing I Skripsi Penulis.
6. Bapak Fernando Africano, S.E.I., M.SI selaku Pembimbing II Skripsi Penulis.
7. Ibu Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag selaku Penasihat Akademik Penulis.
8. Sahabat-sahabat terbaik ku Reza Ferdiansyah, Tri Sartika Rahayu, Intan Dhiya Dyra, dan Angga Dewanta. Rekan terhebat EKI 1/2014, serta teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2014 yang telah memberikan bantuan, informasi, motivasi, dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu penulis mohon maaf dan semoga laporan Tugas Akhir yang sudah penulis buat dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh.

Palembang, 04 Agustus 2019  
Penulis,

Agus Sulaiman  
NIM: 14190016

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN IZIN PENJILIDAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Kepuasan Konsumen.....	11
1. Definisi Kepuasan Konsumen.....	11
2. Faktor- Faktor Kepuasan Konsumen.....	13

3. Indikator Kepuasan Konsumen .....	13
B. Produk .....	13
1. Definisi Produk .....	13
2. Dimensi Variabel Produk .....	15
C. Harga	
1. Definisi Harga .....	16
2. Faktor-Faktor Penetapan Harga .....	18
3. Dimesi Variabel Harga.....	19
D. Promosi	
1. Definisi Promosi.....	20
2. Tujuan Promosi .....	21
3. Dimensi Variabel Promosi .....	21
E. Lokasi .....	23
1. Definisi Lokasi .....	23
2. Tahap-Tahap Memilih Lokasi Ritel .....	24
3. Dimensi Variabel Lokasi.....	25
F. Fasilitas .....	24
1. Definisi Fasilitas.....	25
2. Indikator Fasilitas .....	26
G. Kualitas Pelayanan.....	26
1. Definisi Kualitas Pelayanan .....	26
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	27
H. Penelitian terdahulu.....	29

I. Kerangka Konsep .....	31
J. Pengembangan Hipotesis .....	32
1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	32
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	33
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	35
5. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen .....	36
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
7. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	37

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Setting Penelitian.....	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Jenis dan Sumber Data .....	38
1. Jenis Data .....	38
2. Sumber Data.....	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
1. Populasi .....	39
2. Sampel Penelitian.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Variabel-variabel Penelitian .....	41
1. Variabel Penelitian .....	41
2. Definisi Operasional Variabel.....	42

G. Instrumen Penelitian .....	43
1. Uji Validitas .....	44
2. Uji Reabilitas .....	45
H. Teknik Analisis Data .....	45
1. Uji Asumsi Klasik .....	46
a. Uji Normalitas .....	46
b. Uji Multikolonieritas .....	46
c. Uji Heteroskedastisitas .....	47
d. Uji Linieritas .....	48
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3. Uji Hipotesis .....	50
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) .....	50
b. Uji Koefisien Regresi Secara Menyeluruh (Uji F) .....	50
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	51

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Karakteristik Responden .....	52
1. Jenis Kelamin .....	52
2. Usia Reponden .....	52
3. Pekerjaan Responden .....	53
4. Pendapatan Responden .....	54
5. Frekuensi Pembelian pada Giant Ekstra Kenten .....	55
B. Instrumen Penelitian .....	56
1. Uji Validitas .....	56

2. Uji Reliabilitas .....	56
C. Hasil Analisis Data.....	58
1. Hasil Asumsi Klasik .....	58
a. Uji Normalitas ( <i>Kolmogorov-Sminrov</i> ) .....	58
b. Uji Multikolinearitas .....	59
c. Uji Heteroskedastisitas ( <i>Glejser</i> ).....	60
d. Uji Linearitas .....	61
2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
3. Uji Hipotesis.....	66
a. Uji Parsial (Uji t) .....	66
b. Uji Simultan (Uji F) .....	68
c. Uji Determinasi dan Korelasi ( $R^2$ ) .....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
1. Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	70
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	72
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
5. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen .....	73
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	74
7. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Kepuasan Konsumen .....	75

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	79
B Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	81
LAMPIRAN- LAMPIRAN.....	86



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 <i>Research Gap</i> Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	3
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i> Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	4
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen .....	4
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i> Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	5
Tabel 1.5 <i>Research Gap</i> Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen .....	6
Tabel 1.6 <i>Research Gap</i> Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen..	6
Tabel 2.1 Pilihan Lokasi Ritel Beserta Kelebihan Dan Kelemahannya.....	24
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel 4.7 Hasil Reabilitas .....	58

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolgomorov-Smirnov.....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel 4.10 Rumus Glejser.....	61
Tabel 4.11 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Produk .....	62
Tabel 4.12 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Harga.....	62
Tabel 4.13 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Promosi .....	62
Tabel 4.14 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Lokasi.....	62
Tabel 4.15 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Fasilitas .....	63
Tabel 4.16 Uji Linearitas Kepuasan Konsumen dan Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 4.18 Hasil Parsial (Uji t).....	66
Tabel 4.19 Hasil Simultan (Uji F).....	68
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	31
-------------------------------------	----