

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI USAHA DAN
PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19**
(Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada
Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

DITA SULISTIONINGSIH
NIM. 4118087

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

2022

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI USAHA DAN
PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI MASA PANDEMI COVID-19**
(Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada
Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

DITA SULISTIONINGSIH
NIM. 4118087

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dita Sulistioningsih

NIM : 4118087

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 29 Desember 2021

Yang menyatakan,



Dita Sulistioningsih

NOTA PEMBIMBING

MARLINA, M.Pd

Perum Pisma Griya Asri Blok A No. 5 Denasri Kulon Batang

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Dita Sulistioningsih

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c. q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Dita Sulistioningsih

NIM : 4118087

Judul : **Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 7 Januari 2022
Pembimbing



Marlina, M.Pd
NIP. 198205302005012001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan Rowolaku No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **DITA SULISTIONINGSIH**
NIM : **4118087**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)**

Telah diujikan pada hari Rabu, 9 Februari 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 197806162003121003

Muh. Izza, M.S.I
NITK. 19790726201608D1096

Pekalongan, 15 Februari 2022

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya”

(Q.S Al-Zalzalah: 7)

ABSTRAK

DITA SULISTIONINGSIH. Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)

Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting bagi semua jenis usaha. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis sehingga menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Dalam memenangkan persaingan tersebut, pelaku usaha harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya agar dapat memberikan masukan penting bagi pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi usaha dan penerapan protokol kesehatan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode sampling insidental. Penelitian ini menggunakan analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19, sedangkan lokasi usaha dan penerapan protokol kesehatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19. Hasil uji SPSS secara simultan kualitas layanan, lokasi usaha dan penerapan protokol kesehatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Lokasi Usaha, Penerapan Protokol Kesehatan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

DITA SULISTIONINGSIH. *The Effect of Service Quality, Business Location and Application of Health Protocols on Consumers during the Covid-19 Pandemic (Case Study on Sharia Value-Based Services at Grocery Wholesalers Wawan Sragi Pekalongan)*

Customer satisfaction is one of the important factors for all types of businesses. The number of businesses that have sprung up has resulted in an increase in the number of businesses of a similar nature, causing competition to become increasingly fierce. In winning the competition, business actors must be able to understand the needs and desires of their consumers in order to provide important input for business actors to design marketing strategies in order to create satisfaction for their consumers and survive in competing in the market. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, business location and application of health protocols on consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic at Wawan Sragi Pekalongan Grocery Wholesalers

This research is a quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 100 respondents. The sampling technique used accidental sampling method. The data analysis method used multiple linear regression with the help of SPSS 20.

The results showed that service quality partially had no significant effect on consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic, while business location and the implementation of health protocols partially had a significant effect on consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic. The results of the SPSS test simultaneously that the quality of service, business location and the application of health protocols together have a significant effect on consumer satisfaction during the Covid-19 pandemic at Wawan Sragi Pekalongan Grocery Wholesaler.

Keywords: *Service Quality, Business Location, Implementation of Health Protocols and Consumer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

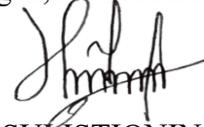
Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan FEBI IAIN Pekalongan dan Dosen Penasehat Akademik (DPA)
2. Dr. H. Tamamudin, M.M selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI IAIN Pekalongan
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
4. Ibu Happy Sista Devi, M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah FEBI IAIN Pekalongan
5. Ibu Marlina, M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat

7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
8. Orang spesial saya (Mba Ela, Ade, Mas Azis) yang selalu membantu dan menyemangati saya dalam mengerjakan skripsi ini
9. Sahabat dan teman saya (Nofri, Wina, Naila, Ekafeb) yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan dengan berbagai kebahagiaan dan keceriaan yang sangat berkesan
10. Teman-teman mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan angkatan 2018.
11. Teman-teman Koperasi Mahasiswa IAIN Pekalongan yang telah memberikan dukungan dan semangat
12. Pengelola Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di tempat usahanya.
13. Seluruh orang di sekitar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan dukungan, bantuan dan semangat pantang menyerah.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 29 Desember 2021



DITA SULISTIONINGSIH

NIM. 4118087

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Pembahasan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan Teori.....	15
1. <i>Experience Affective Feelings Theory</i> dan <i>Attribution Theory</i>	15
2. Kepuasan Konsumen.....	16
3. Kualitas Layanan.....	18
4. Lokasi Usaha	22
5. Penerapan Protokol Kesehatan.....	24
B. Tinjauan Pustaka.....	27
C. Kerangka Berfikir	32

D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Metode Penelitian	38
1. Jenis Penelitian.....	38
2. Pendekatan Penelitian	38
B. Setting Penelitian	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
1. Populasi	39
2. Sampel.....	40
D. Variabel Penelitian.....	41
1. Variabel Terikat	42
2. Variabel Bebas	42
E. Sumber Data.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Metode Analisis Data.....	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
3. Uji Asumsi Klasik	48
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
5. Uji Hipotesis.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Penyajian Data	53
1. Deskripsi Data Penelitian.....	53
2. Karakteristik Responden	54
3. Deskripsi Variabel.....	55
B. Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	60
3. Uji Asumsi Klasik	63
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
5. Uji Hipotesis.....	70
C. Pembahasan Hasil Analisis Data	73

BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengantitik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengantitik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	Z	zet (dengantitik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengantitik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengantitik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ˀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokaltunggal	Vokalrangkap	Vokalpanjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. *Ta Marbutah*

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة ditulis *mar'atunjamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. *Syaddad* (*tasydid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*

البديع ditulis *al-badi'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/. Contoh:

أميرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data UMKM Kabupaten Pekalongan, 1
Tabel 1.2	Data Pendapatan Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan tahun 2019-2020, 7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 27
Tabel 3.1	Definisi Operasional, 42
Tabel 3.2	Skala Likert, 46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden, 54
Tabel 4.2	Usia Responden, 54
Tabel 4.3	Jenis Pekerjaan Responden, 55
Tabel 4.4	Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan (X1), 55
Tabel 4.5	Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Lokasi Usaha (X2), 56
Tabel 4.6	Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X3), 57
Tabel 4.7	Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Y), 58
Tabel 4.8	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1), 59
Tabel 4.9	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Lokasi Usaha (X2), 59
Tabel 4.10	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X2), 60
Tabel 4.11	Hasil Analisis Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y), 60

Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan (X1), 61
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Lokasi Usaha (X2), 61
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Protokol Kesehatan (X3), 62
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y), 62
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas <i>One - Sample Kolmogorov - Smirnov Test</i> , 63
Tabel 4.17	Hasil Uji Multikolinearitas, 64
Tabel 4.18	Hasil Uji Heterokedastisitas Uji Rank Spearman, 65
Tabel 4.19	Hasil Uji Linearitas Kualitas Layanan (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y), 66
Tabel 4.20	Hasil Uji Linearitas Lokasi Usaha (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y), 67
Tabel 4.21	Hasil Uji Linearitas Penerapan Protokol Kesehatan (X3) dengan Kepuasan Konsumen (Y), 67
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, 68
Tabel 4.23	Hasil Uji t (Parsial), 70
Tabel 4.24	Hasil Uji F (Simultan), 72
Tabel 4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), 72

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Kerangka Berfikir, 32
- Gambar 3.1 Uji Hipotesis Dua Pihak, 50
- Gambar 3.2 Uji F, 51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Hasil Data Mentah Kuesioner Penelitian, V
- Lampiran 3 Hasil Perhitungan Statistik, XVI
- Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian, XVII
- Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik, XXII
- Lampiran 6 Tabel r, Tabel t dan Tabel F, XXVI
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian, XXXIV
- Lampiran 8 Surat Keterangan telah melakukan Penelitian, XXXV
- Lampiran 9 Dokumentasi, XXXVI
- Lampiran 10 Riwayat Hidup Penulis, XXXVIII

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai satu dari beberapa faktor penggerak perekonomian di Indonesia. Di Jawa Tengah banyak tersebar UMKM yang salah satunya di Kabupaten Pekalongan. Banyaknya UMKM yang tersebar ditandai dengan adanya permintaan atas jasa dan barang yang semakin bertambah. Masyarakat melalui kemampuannya memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya terhadap alat pemuas kebutuhan yang tidak lain adalah jasa dan barang (Jaya & R, 2017).

Tabel 1.1 Data UMKM Kabupaten Pekalongan

No	Nama Kecamatan	Jumlah Unit Usaha
1	Wonokerto	665
2	Wiradesa	507
3	Tirto	2256
4	Buaran	852
5	Kedungwuni	1025
6	Wonopringgo	2110
7	Bojong	1341
8	Siwalan	936
9	Sragi	2597
10	Kesesi	2332
11	Kajen	2285
12	Karanganyar	1487
13	Doro	1131
14	Karangdadap	446
15	Talun	1157
16	Petungkriyono	1014
17	Lebakbarang	571
18	Paninggaran	1087
19	Kandangserang	1095
Total		24894

Sumber: Data UMKM Dinperindagkop UKM Kabupaten Pekalongan 2020

Data di atas menunjukkan bahwa terdapat 24.894 unit UMKM yang tercantum di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi UKM Kabupaten Pekalongan tahun 2020. Kecamatan Sragi merupakan daerah yang banyak terdapat UMKM sesuai dengan data yang tercatat dalam Dinperindagkop UKM Kabupaten Pekalongan. Salah satu UMKM yang terdapat di Kecamatan Sragi yaitu grosir ataupun toko kelontong yang mendagangkan beraneka macam kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti makanan, minuman, makanan ringan, sembako, sampai peralatan mandi di mana lokasinya mudah untuk dijangkau karena biasanya berdekatan dengan pemukiman warga. Perkembangan yang semakin pesat tersebut memicu perubahan perilaku dari para pesaing dalam mempertahankan masing-masing usahanya. Pada sekarang ini semakin banyak faktor yang memiliki pengaruh bagi konsumen sehingga berdampak pada kelangsungan usaha yang dijalankan, dimana salah satunya yaitu bauran pemasaran (Jacklin et al., 2019).

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam suatu usaha. Menurut Fandy Tjiptono (2005) dalam Zainuddin Nur (2016) menyatakan bahwa pemasaran merupakan suatu sistem universal dan tindakan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan serta mendistribusikan barang ataupun jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada konsumen yang ada maupun konsumen potensial. Salah satu tujuan dari adanya pemasaran yaitu guna memuaskan konsumen. Suatu bisnis harus mengembangkan dan mendistribusikan produk ataupun layanan jasa yang memenuhi harapan pelanggan agar memberikan kepuasan bagi mereka. Terdapat beberapa faktor dari bauran pemasaran yang

dapat memberikan pengaruh bagi konsumen dan dampak bagi kelangsungan usaha yaitu antara lain terkait dengan kualitas layanan, dimana yang dinilai adalah bagaimana sikap dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan ataupun pengelola usaha terhadap konsumen. Kemudian terkait dengan lokasi, dimana yang dinilai adalah strategis atau tidaknya dan aman atau tidaknya lokasi usaha usaha tersebut (Jacklin et al., 2019).

Sebuah tempat belanja tidak terlepas dari kata pelayanan. Kualitas layanan menjadi hal terpenting dalam suatu usaha ataupun bisnis guna mencapai tujuan yang paling pokok yaitu kepuasan konsumen (Khairi, 2017). Jika pelaku usaha dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan layanan yang baik, maka keberhasilan suatu usaha ataupun bisnis dapat membantu perkembangan usahanya dalam membentuk strategi pemasaran untuk memperoleh peluang serta mampu memenangkan persaingan. Kualitas layanan yaitu pemuasan dari ekspektasi konsumen atau kebutuhan konsumen dengan cara melakukan perbandingan antara hasil dan ekspektasi atau keinginan serta menentukan apakah konsumen telah mendapatkan layanan yang berkualitas (Nur, 2016).

Pemberian pelayanan yang baik dan memiliki kualitas dalam pandangan Islam yaitu dengan melakukan komunikasi yang baik dan ramah, empati serta selalu menepati apa yang sudah dijanjikan. Nabi Muhammad melakukan perdagangan dan bisnis dengan memperlihatkan prosedur berbisnis yang bersandarkan pada kejujuran, kebenaran serta sikap yang dapat dipercaya dan secara bersamaan dapat tetap mendapatkan laba yang optimum (Kertajaya & Sula, 2006). Sekarang ini sedang terjadi perubahan adaptasi konsumen dari rasional ke

spiritual, di mana banyak pelaku bisnis yang mengaplikasikan konsep pemasaran syariah yang berlandaskan pada nilai-nilai syariah secara menyeluruh. Rancangan pemasaran syariah ini dianggap sebagai pengimplementasian nilai-nilai yang terdapat di dalam ekonomi Islam ke praktik dalam menjalankan usaha khususnya pada pelayanan yang baik sehingga mampu memuaskan konsumen serta memperoleh ridho dari Allah SWT (Nur, 2016).

Pemberian pelayanan yang memiliki kualitas baik serta berbasis nilai-nilai syariah merupakan salah satu kunci dari Grosir Kelontong Wawan untuk menghadapi peningkatan persaingan serta permintaan dari pelanggan terhadap pelayanan yang berkualitas. Strategi tersebut diaplikasikan sesuai dengan pemahaman tentang aturan-aturan dalam hukum Islam, permintaan dan kebutuhan pasar serta sistem pemasaran.

Dalam penelitian Zainuddin Nur (2016) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah)” menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan dalam penelitian Lukmanul Khakim (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di UD. Sukron Tulungagung)” yang menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pemilihan lokasi usaha juga menjadi faktor yang menentukan sukses atau tidaknya usaha tersebut beroperasi untuk ke depannya. Pelaku usaha mempunyai tugas yang penting berkaitan dengan pemilihan dan penentuan lokasi untuk berbisnis, sebab jika salah dalam pemilihan tempat, maka tujuan utama untuk memuaskan konsumen tidak akan tercapai (Ulumiyyah, 2021). Pemilihan dan penetapan lokasi usaha yang tepat akan memberikan dampak bagi keuntungan dan kelangsungan bisnis yang baik sesuai harapan dari pelaku usaha tersebut. Penentuan lokasi yang strategis dapat membantu dan memudahkan konsumen untuk menjumpai perusahaan yang mereka tuju serta dapat membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Dalam penelitian Nanda Wijhan khairi (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia OMI Swalayan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara” yang menunjukkan bahwasannya lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada penelitian Maslachatul Chikmiah (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Ritel Syariah 212 Mart (Studi Kasus Pada 212 Mart Pondok Jati Sidoarjo)” menunjukkan bahwasannya tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen.

Pandemi Covid-19 merupakan sebuah persoalan yang sedang dijalani oleh berbagai negara di dunia. Indonesia juga merupakan negara yang sedang menghadapi hal tersebut. Akibat dari pandemi Covid-19 sejak tahun 2020 ini

menjadikan kegiatan perekonomian seperti bisnis atau usaha menjadi sangat terbatas dan tidak selancar sebelum pandemi Covid-19 ini hadir. Untuk dapat mengurangi dan menahan penularan virus Covid-19, maka sangat diperlukan untuk menerapkan protokol kesehatan. Protokol kesehatan diartikan sebagai suatu aturan yang diberlakukan dan harus diikuti oleh seluruh pihak secara universal supaya tetap bisa melakukan aktivitas dengan aman di era pandemi Covid-19. Protokol kesehatan diterapkan dengan sangat ketat pada semua kegiatan masyarakat termasuk kegiatan perekonomian. Penerapan protokol kesehatan meliputi diwajibkan memakai masker saat keluar rumah, mencuci tangan, tidak menciptakan kerumunan, pemberlakuan jam malam dan lain-lain yang bertujuan guna meminimalisir penyebaran Covid-19 khususnya di Indonesia.

Kepuasan ialah salah satu hal yang perlu dicermati oleh pelaku usaha, karena pada umumnya tujuan dari sebuah bisnis yaitu untuk membuat konsumen merasakan puas dan percaya (Jumiati, 2013). Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama dalam berbisnis. Tingkat kepuasan yang didapatkan oleh konsumen memiliki kaitan yang kuat dengan tolak ukur kualitas barang dan jasa yang mereka nikmati dari layanan pra-jual, saat melakukan transaksi hingga setelah melakukan transaksi (Barata, 2003). Dengan kepuasan konsumen yang semakin meningkat, dapat membantu bisnis dalam bersaing dengan dengan bisnis lain yang sejenis.

Grosir kelontong Wawan Sragi Pekalongan ini merupakan grosir kelontong yang terletak di Jl. Raya Sragi-Kesesi tepatnya di Desa Bulak Pelem Kecamatan Sragi Kabupaten Pekalongan. Grosir kelontong Wawan Sragi Pekalongan ini

merupakan salah satu grosir yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti bahan makanan, minuman, sembako, peralatan mandi dan lain-lain. Grosir tersebut setiap harinya terbilang cukup ramai dikunjungi oleh konsumen dan termasuk grosir yang terbilang cukup besar di kecamatan Sragi. Berdasarkan hasil dari pengamatan yang telah dilaksanakan oleh peneliti di Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan, peneliti menemukan permasalahan di mana pelayanan yang diberikan pada saat konsumen melakukan transaksi terbilang sudah cukup baik, pelayanannya cepat namun masih terdapat minimnya atribut keislaman yang dikenakan oleh pelaku usaha maupun oleh karyawan, pelayanan yang kurang ramah, sering terjadi kesalahan pencatatan saat menjumlah harga produk, penataan rak produk yang belum rapih serta terdapat rak produk yang berdebu, lokasi usaha yang terlalu dekat dengan jalan raya membuat konsumen kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya dan sudah beberapa kali terjadi kecelakaan di depan lokasi usaha tersebut dikarenakan kendaraan parkir hingga sampai ke jalan, serta penerapan protokol kesehatan di tempat usaha belum maksimal.

Tabel 1.2 Data Pendapatan Grosir Kelontong Wawan
Tahun 2019-2020

No	Bulan	Pendapatan Tahun 2019	Pendapatan Tahun 2020
1	Januari	Rp50.490.000	Rp53.650.000
2	Februari	Rp55.130.000	Rp55.270.000
3	Maret	Rp48.390.000	Rp54.280.000
4	April	Rp47.340.000	Rp44.500.000
5	Mei	Rp48.755.000	Rp35.250.000
6	Juni	Rp 47 .550.000	Rp34.330.000

7	Juli	Rp 44. 735.000	Rp35.670.000
8	Agustus	Rp54.360.000	Rp33.700.000
9	September	Rp49.240.000	Rp30.190.000
10	Oktober	Rp44.700.000	Rp31.780.000
11	November	Rp53.430.000	Rp30.790.000
12	Desember	Rp48.580.000	Rp31.960.000
Total		Rp592.700.000	Rp471.370.000

S

umber: Data pendapatan Grosir Kelontong Wawan tahun 2019-2020

Dari data pendapatan pada tahun 2019 dan 2020 terlihat berfluktuasi. Berdasarkan pada tabel data pendapatan diatas, Grosir Kelontong Wawan mengalami banyak penurunan pendapatan yang terjadi pada beberapa bulan di tahun 2020. Pendapatan yang paling rendah diperoleh pada bulan September tahun 2020. Terjadinya penurunan pendapatan yang terjadi pada beberapa bulan di tahun 2020 tersebut menunjukkan bahwa terjadi pula penurunan jumlah pengunjung yang berbelanja di Grosir Kelontong Wawan. Apakah prosentase penurunan pendapatan di tahun 2020 tersebut berkaitan terhadap kepuasan konsumen dilihat dari segi kualitas layanan, lokasi usaha serta penerapan protokol kesehatan di masa pandemi Covid-19 di Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan.

Dalam rangka memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat ini dan untuk mempertahankan konsumen, maka setiap usaha dituntut untuk dapat memahami dan memenuhi kebutuhan setiap konsumen dengan baik sehingga dapat menciptakan kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan pada diri konsumen akan memudahkan pelaku usaha dalam memenangkan persaingan

yang semakin ketat tersebut. Sedangkan jika kepuasan tidak didapatkan oleh konsumen, maka akan membuat pelaku usaha semakin sulit untuk bertahan dalam persaingan yang ketat dan untuk mendapatkan laba yang optimum. Strategi yang dapat dipilih untuk dapat menciptakan kepuasan konsumen yaitu dengan memaksimalkan kualitas layanan, memberikan kemudahan bagi konsumen terkait dengan lokasi usaha baik itu keamanan ataupun kenyamanan (Jacklin et al., 2019). Di samping itu pelaku usaha juga harus mengupayakan untuk memberikan kenyamanan dan keamanan bagi konsumen di kondisi Covid-19 dengan memtahui protokol kesehatan dengan baik agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen di masa-masa Covid-19 (Wikumala, 2021) .

Pada kenyataannya, berdasarkan observasi ditemukan bahwa di lokasi penelitian tersebut kepuasan konsumen belum sepenuhnya didapatkan oleh para konsumen. Hal tersebut dilihat dari segi pemberian pelayanan masih kurang baik, dimana minimya atribut keisalaman yang dikenakan oleh pelaku usaha ataupun karyawan, pelayanan dilakukan dengan kurang ramah, kurang teliti dalam melayani sehingga sering terjadi kesalahan pencatatan saat menjumlah total harga, serta pelaku usaha dan karyawan kurang memperhatikan kerapian dan kebersihan toko yang menyebabkan terdapat produk-produk di rak yang tidak tertata dengan rapih dan berdebu. Hal tersebut berkaitan dengan kualitas layanan.

Kualitas layanan yang baik diharapkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen sehingga akan menciptakan kepuasan konsumen. Pelayanan yang baik dan berkualitas di dalam Islam yaitu diantaranya dnegan

memberikan komunikasi yang ramah, murah senyum, peduli serta dapat menepati apa yang sudah dijanjikan. Pelayanan yang bersemangat atau bersungguh-sungguh, pandai dan spiritual akan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, dimana tujuan dari pemberian pelayanan yang berkualitas adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen (Nur, 2016). Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan akan membantu pelaku usaha dalam memenangkan persaingan usaha (Andriyana, 2018).

Di samping kualitas layanan, berdasarkan observasi dilihat pula dari segi pemilihan lokasi usaha, dimana lokasinya sudah sangat strategis namun penyediaan lahan parkir untuk konsumen dan para sales yang mengantarkan barang sangat tidak memadai sehingga membuat konsumen dan para sales kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya. Peneliti mendapatkan keluhan dari konsumen pada saat melakukan observasi melalui wawancara singkat, dimana konsumen merasa kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya dikarenakan lahan parkir tidak memadai sehingga sering kali membuat para konsumen harus memarkirkan kendaraannya hingga ke bagian tepi jalan raya. Hal tersebut membuat lalu lintas menjadi kurang kondusif dan beberapa kali menyebabkan kecelakaan.

Selain kualitas layanan dan pemilihan lokasi usaha, penerapan protokol kesehatan pada masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini juga harus diperhatikan. Berdasarkan observasi dan keluhan dari konsumen yang peneliti peroleh melalui wawancara singkat di lokasi penelitian tersebut, dilihat dari segi penerapan protokol kesehatan belum diterapkan dengan maksimal, dimana

pelaku usaha tidak konsisten dalam menyediakan tempat untuk cuci tangan, sering kali terlihat konsumen yang tidak mengenakan masker dan selalu memilih untuk berdesakan dan tidak menghiraukan *physical distancing*.

Berdasarkan penguraian permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “**Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi Usaha dan Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Kepuasan Konsumen di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus tentang Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19?
2. Apakah lokasi usaha berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19?
3. Apakah penerapan protokol kesehatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19?
4. Apakah kualitas layanan, lokasi usaha dan penerapan protokol kesehatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19.
3. Untuk mengetahui pengaruh penerapan protokol kesehatan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lokasi usaha dan penerapan protokol kesehatan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan di masa pandemi Covid-19.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini penulis berharap bisa memberikan manfaat bagi banyak pihak, baik manfaat secara teoritis ataupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan maupun pengembangan ilmu bagi para pengemban keilmuan mengenai kualitas layanan, lokasi usaha, penerapan protokol kesehatan dan kaitannya terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

Dari penelitian ini diharapkan bisa dipergunakan oleh pelaku usaha Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan referensi pustaka bagi mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut pada tema yang sama.

E. Sistematika Pembahasan

Penulisan di dalam penelitian ini mempunyai 5 bab serta mempunyai sistematika seperti di bawah ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menerangkan perihal latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian yang dilakukan serta manfaat dari penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bagian ini menerangkan perihal beberapa teori yang terkumpul dari kutipan yang diambil dari jurnal ilmiah, skripsi dan buku sebagai data pendukung. Kemudian juga berisi penjabaran telaah pustaka yang berisi mengenai penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Selanjutnya berisi mengenai gambaran kerangka berpikir yang terdapat pada penelitian ini serta berisi hipotesis dari penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini terdapat uraian perihal jenis dan pendekatan penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bagian ini mencakup mengenai gambaran data, analisis data serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan yang didapatkan setelah dilakukan penelitian, keterbatasan dari penelitian ini serta saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diulas di atas, maka bisa disimpulkan:

1. Variabel kualitas layanan (X1) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig. $0,785 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 0,273 < t_{tabel} 1,985$.
2. Variabel lokasi usaha (X2) dan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan dengan diperoleh nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,834 > t_{tabel} 1,985$. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya semakin baik lokasi usaha maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.
3. Variabel penerapan protokol kesehatan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,003 > t_{tabel} 1,985$. Hal tersebut menunjukkan bahwasannya semakin baik protokol kesehatan yang diterapkan maka akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.
4. Dari hasil uji F dapat dilihat bahwasannya variabel kualitas layanan, lokasi usaha, dan penerapan protokol kesehatan berpengaruh secara signifikan

dan bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen di masa pandemi Covid-19 pada Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($25,841 > 3,09$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, saran dari penulis atas penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi pengelola Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan
 - a. Kualitas layanan ialah salah satu faktor yang berperan penting terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu disarankan pengelola Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan agar tetap menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen sehingga dapat menjaga kestabilan tingkat kepuasan konsumen.
 - b. Lokasi usaha ialah termasuk sebagai salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu disarankan agar pengelola Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan lebih memperhatikan pemilihan lokasi usaha dan menyediakan tempat parkir yang lebih luas lagi agar lalu lintas di sekitar lokasi usaha tersebut tetap lancar sehingga konsumen akan merasakan nyaman, aman serta puas saat berbelanja.
 - c. Penerapan protokol kesehatan termasuk faktor yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dikarenakan ternyata di sebuah grosir kelontong sekalipun konsumen juga masih mementingkan keselamatan di masa pandemi Covid-19. Oleh sebab itu disarankan agar

pengelola Grosir Kelontong Wawan Sragi Pekalongan lebih memperhatikan penerapan protokol kesehatan dengan baik dan diharapkan protokol kesehatan dapat diterapkan secara maksimal agar konsumen merasa aman saat berbelanja di masa pandemi Covid-19 ini sehingga akan dapat meningkatkan tingkat kepuasan dari konsumen. Begitu pun dengan konsumen agar selalu mematuhi protokol kesehatan dengan baik untuk kenyamanan dan keselamatan bersama.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Dalam penelitian ini peneliti merasa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh sebab itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini supaya menjadi lebih baik lagi yakni dengan cara mencari faktot-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen di Grosir Kelontong Wawan sragi Pekalongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, D. (2006). *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia: Juz 1-30*. Menara Kudus.
- Andriyana, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Citra Perusahaan (Studi Kasus di PO. Gapuraning Rahayu Kab. Ciamis)*. universitas Siliwangi.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-dasar Pelayanan Prima: Persiapan Membangun Budaya Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Elex Media Komputindo. https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_dasar_pelayanan_prima/0wfQnzlfnwMC?hl=id&gbpv=1&dq=dasar-dasar+pelayanan+prima&printsec=frontcover
- Chikmiah, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Ritel Syariah 212 Mart (Studi Kasus Pada 212 Mart Pondok Jati Sidoarjo)*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Desrianto, & Afridola, S. (2020). Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Coffe Town Bakery di Kota Batam. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 2020–2033.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Ogi, I. W. . (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. FIFGROUP Cabang Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 109–119. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v4i1.11568>
- Djazari, M., Rahmawati, D., & Nugraha, M. A. (2013). Pengaruh Sikap Menghindari Risiko Sharing Dan Knowledge Self-Efficacy Terhadap Informal Knowledge Sharing Pada Mahasiswa Fise Uny. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(2), 181–209. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i2.1671>
- Efnita, T. (2017). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wedding Organizer. *Jurnal AdBispreneur*, 2(2), 107–115. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i2.13162>

- Ekoningtyas, E. A., Nugraheni, H., & Benyamin, B. (2020). The Effect of Community Facilitation and Empowerment on the Implementantation of Health Protocol and Night Toot Brushing During the Pandemic (Online Monitoring System). *Jurnal Kesehatan Gigi*, 7(2), 141–146. <https://doi.org/https://doi.org/10.31983/jkg.v7i2.6551>
- Elisiah, N. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Swalayan 88 Padangsidimpuan*. IAIN Padangsidimpuan.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iriyanti, E., Qomariyah, N., & Suharto, A. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Depot Mie Pangsit Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v2i1.1211>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen*. 6(1), 72–78. <https://doi.org/https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasraan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departemen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440.
- Jaya, F. P., & R, G. S. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Variabel Intervening Kepuasan Konsumen pada Warung Kelontong di Kecamatan Banjarmasin Timur. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 25–34. <https://doi.org/10.7868/s0026898417020173>
- Jumiati. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Harga Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus di Alfa Midi Bau Massepe Parepare)*. STAIN Parepare.
- Juwita, M. (2016). *Pengaruh Beban Pajak Kini dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2009-2015)*. Universitas Pasundan Bandung.
- Juwono, O. (2009). Tingkat Kepuasan Pelanggan dari Kualitas Jasa Layanan. *Jurnal The Winners*, 10(2), 109–115. <https://doi.org/https://doi.org/10.21512/tw.v10i2.705>

- Karmila. (2020). *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Ditinjau Dalam Ekonomi Islam (Studi Survey Pada Warung di Kelurahan Harapan Tani Kecamatan Kempas)*. STAI Auliaurasyidin Tembilaan.
- Kasim, S. I. A., Awalyah, M., & Nurkhalifa, N. (2021). Pengaruh Persuasi Protokol Kesehatan Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa Hasanuddin di Era Adaptasi Kebiasaan Baru. *Jurnal ABDI: Sosial Budaya Dan Sains*, 3(1).
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Mizan Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Syariah_Marketing/zo9N4Z64TywC?hl=id&gbpv=0
- Khairi, N. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi pegawai Republik Indonesia OMI Swalayan*. UIN Sumatera Utara Medan.
- Khakim, L. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di UD. Sukron Tulungagung)*. IAIN Tulungagung.
- Kresna, A., & Ahyar, J. (2020). Pengaruh Physical Distancing dan Social Distancing Terhadap Kesehatan dalam Pendekatan Linguistik. *Jurnal Syntax Transformation*, 1(4), 14–19.
- Latan, H., & Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta.
- Nabila, Z. D., & Isroah. (2019). Pengaruh Kewajiban Moral Dan Lingkungan Sosial Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pengusaha. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(1), 47–58. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i1.24498>
- Nisa, K. R. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan PT. Kreasi Nostra Mandiri Pada Masa Pandemi Covid-19*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Nur, Z. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk dan Pelayanan Berbasis Nilai-nilai Syariah)*. UIN Sumatera Utara Medan.
- Prastuti, W. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sembako Koperasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. In *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt Kereta Api Indonesia (Pt Kai) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kereta Api Kelas Eksekutif Taksaka*. STIE Widya Wieaha.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*.

Deepublish Publisher.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=W2vXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=info:seJVt4qXp64J:scholar.google.com/&ots=Zgo18QL510&sig=oxVvjs0Yxu-2UjqCk3NqXfiv3Pw&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Rusidah. (2020). *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pedagang Sembako di Pasar Kamis Desa Sungai Junjangan Kecamatan Batang Tuaka*. STAI Auliaurasyidin Tembilahan.
- Sari, N., & Setiyowati, S. (2017). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister*, 03(02), 186–199. http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/17923/NASKAH_PUBLIKASI.pdf?sequence=12&isAllowed=y
- Setiawan, J. (2018). *Pengaruh Pelayanan MM Mart (Mitra Muslim) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi di MM-Mart Kelurahan Cipocok KEcamatan Serang, Jalan Ciwaru)*. UIN Sultan Hasanuddin Banten.
- Siti Nurfatimah. (2021). *Analisis Dampak Covid-19, Penerapan Protokol Kesehatan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Masyarakat Pengguna Jasa Kir Pada Dinas Perhubungan Kabupaten Purbalingga*. Universitas Maritim Amni Semarang.
- Sofyan, C., Sepang, J. L., & Loindong, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wht'S Up Caf e Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 4230–4240. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.25040>
- Sriwardiningsih, E. (2013). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pengguna Website Kampus. *Binus Business Review*, 4(1), 423–434. <https://doi.org/10.21512/bbr.v4i1.1408>
- Subagyo, P., & Djarwanto. (2011). *Statistik Induktif* (5th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Andi Offset.
- Sumampouw, O. J. (2020). Pelaksanaan Protokol Kesehatan Corona Virus Disease 2019 Oleh Masyarakat di Kabupaten Minahasa Tenggara. *Journal of Public Health*, 1(2), 80–86.

- Syahputra, A., Armayani, R. R., & Syahmalludin, L. S. (2020). Pengaruh Covid-19 Terhadap Aktivitas Sosial dan Ekonomi Masyarakat Lhokseumawe. *Etnoreflika: Jurnal Sosial Dan Budaya*, 9(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.33772/etnoreflika.v9i3.898> ISSN:
- Ulumiyyah, L. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Promosi, Lokasi, Harga, dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen KAOSAN Kaos Santri Nusantara)*. IAIN Salatiga.
- Wikumala, A. P. (2021). *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Lingkungan fisik, dan Protokol Kesehatan Covid-19 Terhadap Kepuasan Pelanggan di KFC St Mark Lippo Village Selama Masa Pandemi*.
- Windari, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Smart Ganesha Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6(2).
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group.