

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PELAYANAN,
JENIS ALAT UKUR DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEDAGANG *STREETFRUIT***

**(Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya
Bojong)**

SKRIPSI

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



Oleh :

GRECIA ADIS VANESSA

NIM. 4121111

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PELAYANAN,
JENIS ALAT UKUR DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEDAGANG STREETFRUIT**

**(Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya
Bojong)**

SKRIPSI

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



Oleh :

GRECIA ADIS VANESSA

NIM. 4121111

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA



Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Grecia Adis Vanessa

NIM : 4121111

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan,
Jenis Alat Ukur Dan Lokasi Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pedagang *Streetfruit* (Studi Kasus
Sepanjang Jalan Pahlawan (Studi Kasus
Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya
Bojong)**

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, 10 Desember 2024

Yang Menyatakan,

Grecia Adis Vanessa

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Grecia Adis Vanessa

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama	:	Grecia Adis Vanessa
NIM	:	4121111
Judul Skripsi	:	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Jenis Alat Ukur Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pedagang <i>Streetfruit</i> (Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan (Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya Bojong)

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, 10 Desember 2024

Pembimbing,


Fitri Kurniawati, M.E.Sy
NIP. 198706122020122015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : Grecia Adis Vanessa
NIM : 4121111
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Jenis
Alat Ukur Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan
Pedagang *Streetfruit* (Studi Kasus Sepanjang Jalan
Pahlawan (Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan
Sampai Jalan Raya Bojong)
Dosen Pembimbing : Fitri Kurniawati, M.E.Sy.

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 12 Juni 2025 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Muh. Izza, M.S.I.
NIP. 197907262023211008

Penguji II

Hj. Marlina, M.Pd.
NIP. 198205302005012001



Pekalongan, 12 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Khafidz Ma'shum, M.Ag.

NIP 197806162003121003

MOTTO

"Jangan lihat belakang, fokus ke depan. Lu kaga sendiri, aku selalu bersamamu"

Yohan Candra

"Jangan lupa untuk bersenang-senang dan menikmati hidupmu. Hidup ini singkat, jadi jangan sia-siakan setiap momen."

Na Jaemin

"Sekalipun kamu mengalami masa sulit, semuanya akan baik-baik saja. Semua hal berlalu, seolah-olah tidak pernah terjadi. Semoga kamu bahagia."

Shin Jeonghwan

"Premium People Only"

Hades Place

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu bapak Mustakim dan Ibu Sri Hayanti
2. Keluarga bani Sarmui
3. Almater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Dosen Pembimbing yaitu Fitri Kurniawati, M.E.Sy
5. Dosen Wali yaitu Muhamad Masrur, M.E.I
6. Sahabat seperjuangan yaitu Very Alfi Farchina, Sabila Rizqiyani, Alfiana Nanda Waraswati dan Adinda Nur Hasanah
7. TWS, NCT (NCT Dream, NCT 127, WayV, NCT Wish), BTS, TXT, Enhypen, Seventeen, RIIZE, Stray Kids, Treasure, dan The Boyz
8. Teman-teman seperjuangan.

ABSTRAK

GRECIA ADIS VANESSA. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Jenis Alat Ukur Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pedagang Streetfruit (Studi Kasus Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya Bojong)

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada pedagang *streetfruit* di sepanjang Jalan Pahlawan hingga Jalan Raya Bojong. Latar belakang penelitian ini didasari oleh meningkatnya jumlah pedagang buah kaki lima serta tingginya minat masyarakat dalam mengonsumsi buah dengan harga terjangkau dan akses mudah. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengevaluasi sejauh mana kelima faktor tersebut membentuk kepuasan konsumen dalam konteks perdagangan buah di skala mikro.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan penelitian lapangan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan tiga lapak utama: Kampir Buah, Mahes Buah, dan pedagang *streetfruit* mobil di pertigaan Ketitang. Selanjutnya data dianalisis menggunakan uji statistik regresi untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, jenis alat ukur, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*. Sebaliknya, kualitas produk dan pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, seluruh variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi dari kelima faktor tersebut penting untuk diperhatikan pedagang dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya saing usaha *streetfruit* di kawasan tersebut.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Jenis Alat Ukur, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Etika Bisnis Islam, *streetfood*

ABSTRACT

GRECIA ADIS VANESSA. *The Effect Of Price, Product Quality, Service, Type Of Measuring Instrument And Location On Customer Satisfaction Of Streetfruit Traders (Case Study Along Jalan Pahlawan To Jalan Raya Bojong)*

This study aims to analyze the influence of price, product quality, service, type of measuring instrument, and location on customer satisfaction of streetfruit vendors along Jalan Pahlawan to Jalan Raya Bojong. The background of this research is based on the growing number of streetfruit vendors and the increasing public interest in consuming affordable and easily accessible fruit. The main focus is to evaluate how these five factors contribute to customer satisfaction in the context of micro-scale fruit trading.

The research method used is a quantitative approach with field research techniques. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to customers of three main vendors: Kampir Buah, Mahes Buah, and the mobile streetfruit vendor at the Ketitang intersection. The data were then analyzed using statistical regression tests to determine the effect of each independent variable on customer satisfaction as the dependent variable.

The results show that price, type of measuring instrument, and location have a significant influence on customer satisfaction. In contrast, product quality and service do not show a significant effect. Simultaneously, all independent variables have a significant effect on customer satisfaction. This indicates that the combination of these five factors is important for vendors to consider in order to improve customer loyalty and competitiveness in the streetfruit business within the area.

Keywords: Price, Product Quality, Service, Type of Measuring Instruments, Location, Customer Satisfaction, Islamic Business Ethics, streetfood

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, 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 Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid 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 sampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. M. Aris Syafi'i, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Fitri Kurniawati, M.E.Sy selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
6. Muhamad Masrur, M.E.I selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA)
7. Dr. Muh. Izza, M.S.I. dan Hj. Marlina, M.Pd. selaku dosen penguji

8. Pihak keluarga, saudara, sahabat, teman, dan tetangga yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan
9. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
10. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 10 Desember 2025



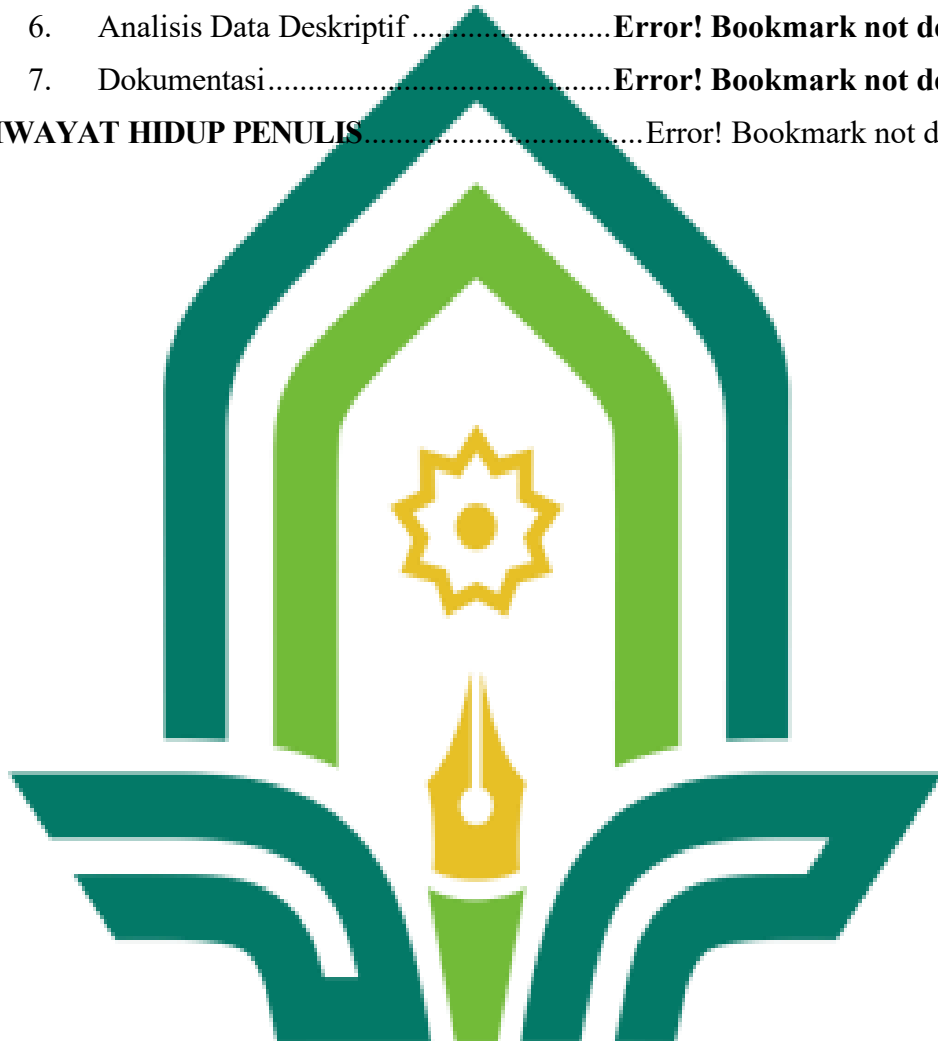
GreCIA Adis Vanessa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
DAFTAR ISTILAH/SIMBOL	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Deskripsi, Tujuan dan Manfaat Kepuasan Pelanggan	13
2. Teori Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
3. Hubungan Pelayanan dan Jenis Alat Ukur Terhadap Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
4. Trend Kepuasan Konsumen dalam Bisnis Islam	16
B. Telaah Pustaka	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.

D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Pendekatan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
C. Setting Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
D. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
G. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
H. Metode Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
A. Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Gambaran Umum Lokasi/Subjek Penelitian	35
2. Karakteristik Responden	36
3. Deskripsi Data Penelitian	41
B. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Analisis Data Deskripsi	44
2. Analisis Data Kuantitatif	46
3. Uji Validitas Dan Reliabilitas	52
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	55
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	56
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
4. Pengaruh Jenis Alat Ukur Terhadap Kepuasan Konsumen	58
5. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Streetfruit	58
6. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Jenis Alat Ukur, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen streetfruit	59
BAB V PENUTUP	14
A. Simpulan.....	14
B. Keterbatasan Penelitian	16
DAFTAR PUSTAKA.....	17
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
1. Kuesioner.....	Error! Bookmark not defined.

2.	Tabel Keseluruhan Data Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Tabel Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.	Tabel Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
5.	Analisis Data Kuantitatif	Error! Bookmark not defined.
6.	Analisis Data Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
7.	Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....		Error! Bookmark not defined.



TRANSLITERASI

Tujuan adanya transliterasi yaitu untuk mengubah huruf-huruf dari satu abjad ke abjad lain. dalam konteks ini, transliterasi Arab-Latin mengacu pada penggantian huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta elemen-elemen pendukungnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan Arab dalam penulisannya ditandai dengan huruf, tanda, atau kombinasi keduanya dalam transliterasi. Berikut ini adalah daftar huruf Arab dan padanan transliterasinya ke huruf Latin.

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

B. Vokal

Vokal dalam bahasa Arab, mirip dengan bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (diftong).

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab, yang dilambangkan dengan tanda atau harakat, ditransliterasikan sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab dilambangkan dengan kombinasi antara harakat dan huruf, yaitu:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
..يَ..وَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
..وَ..وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba
 فَعَلَ - fa'ala
 زَكِرَ - zukira
 كَيْفَ - kaifa
 هَوْلَ - haula

C. Maddah

Maddah, atau vokal panjang yang dilambangkan dengan harkat dan huruf, ditransliterasikan menggunakan huruf dan tanda, yaitu:

Tabel Transliterasi Maddah

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ... اِ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إِ ...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و ...	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla
 رَمَى - ramā
 قِيلَ - qīla

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua

1. Ta'marbutah hidup

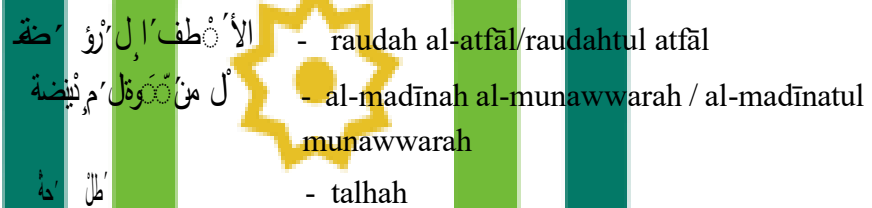
Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Jika pada kata terakhir terdapat ta'marbutah yang diikuti oleh kata dengan kata sandang al serta pembacaan kedua kata tersebut terpisah, maka ta'marbutah tersebut ditransliterasikan menjadi ha(h).

Contoh:

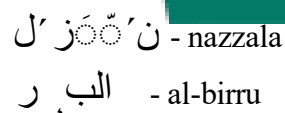


الرَّادَّةُ الْآتِفُ	- raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ	- al-madīnah al-munawwarah / al-madīnatul munawwarah
طَلْحَةُ	- talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:



نَزَّلَ	- nazzala
الْبُرِّ	- al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam bahasa Arab ditulis dengan huruf ال. Namun, dalam transliterasi ini, kata sandang dibedakan menjadi dua jenis: kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan berdasarkan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan berdasarkan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Terlepas dari apakah kata sandang diikuti oleh huruf syamsiyah atau huruf qamariyah, kata sandang tersebut ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan tanda penghubung.

Contoh:

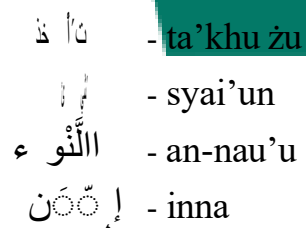


الرَّجُلُ	- ar-rajlu
الْقَلَمُ	- al-qalamu
الْشَّمْسُ	- asy-syamsu
الْجَلِيلُ	- al-jalālu

G. Hamzah

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa transliterasi menggunakan tanda apostrof hanya berlaku untuk hamzah yang berada di tengah atau di akhir kata. Jika hamzah terletak di awal kata, maka tetap dituliskan sesuai dengan huruf alif dalam tulisan Arab.

Contoh:



تَاْخُذُ	- ta'khu zu
سَيَاْءُ	- syai'un
الْأَنْوَاءُ	- an-nau'u
إِنَّا	- inna

H. Penulisan Kata

Secara umum, setiap kata, baik itu fi'il, isim, maupun harf, ditulis terpisah. Namun, ada kata-kata tertentu yang dalam tulisan Arab biasanya dirangkaikan dengan kata lain karena adanya huruf atau harakat yang

dihilangkan. Oleh karena itu, dalam transliterasi ini, penulisan kata-kata tersebut juga dirangkaikan dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَاِنَّ لِلّٰهِ لُ الْوَلَّاءِ زَقٰتِىْ ۝ ۙ حٰى ر - Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn /
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

اِبْرٰهِيْمَ الَّذِىْ هُوَ مِنْ دُوْنِ الْاَشْفٰى - Ibrāhīm al-Khalīl / Ibrāhīm al-Khalīl

I. Huruf Kapital

Walaupun huruf kapital tidak ada dalam sistem tulisan Arab, huruf tersebut tetap digunakan dalam transliterasi ini. Penggunaan huruf kapital mengikuti aturan dalam EYD, antara lain: Huruf kapital digunakan untuk huruf awal nama diri dan awal kalimat. Jika nama diri didahului oleh kata sandang, huruf kapital tetap digunakan pada huruf awal nama diri tersebut, bukan pada huruf awal kata sandang.

Contoh:

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعٰلَمِيْنَ - Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn /
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمٰنُ الرَّحِيْمُ - Ar-rahmānir-rahīm / Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf kapital di awal kata "Allah" hanya diterapkan jika dalam tulisan Arabnya memang ditulis lengkap demikian. Namun, jika penulisan kata tersebut digabungkan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

اَللّٰهُ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ - Allaāhu gafūrun rahīm

اَلْاَمْرُ رُجُوْا - Lillāhi al-amru jamī'an / Lillāhil-amru jamī'an

J. Tajwid

Bagi yang menginginkan kefasihan dalam membaca, pedoman transliterasi ini adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari Ilmu Tajwid.



DAFTAR TABEL

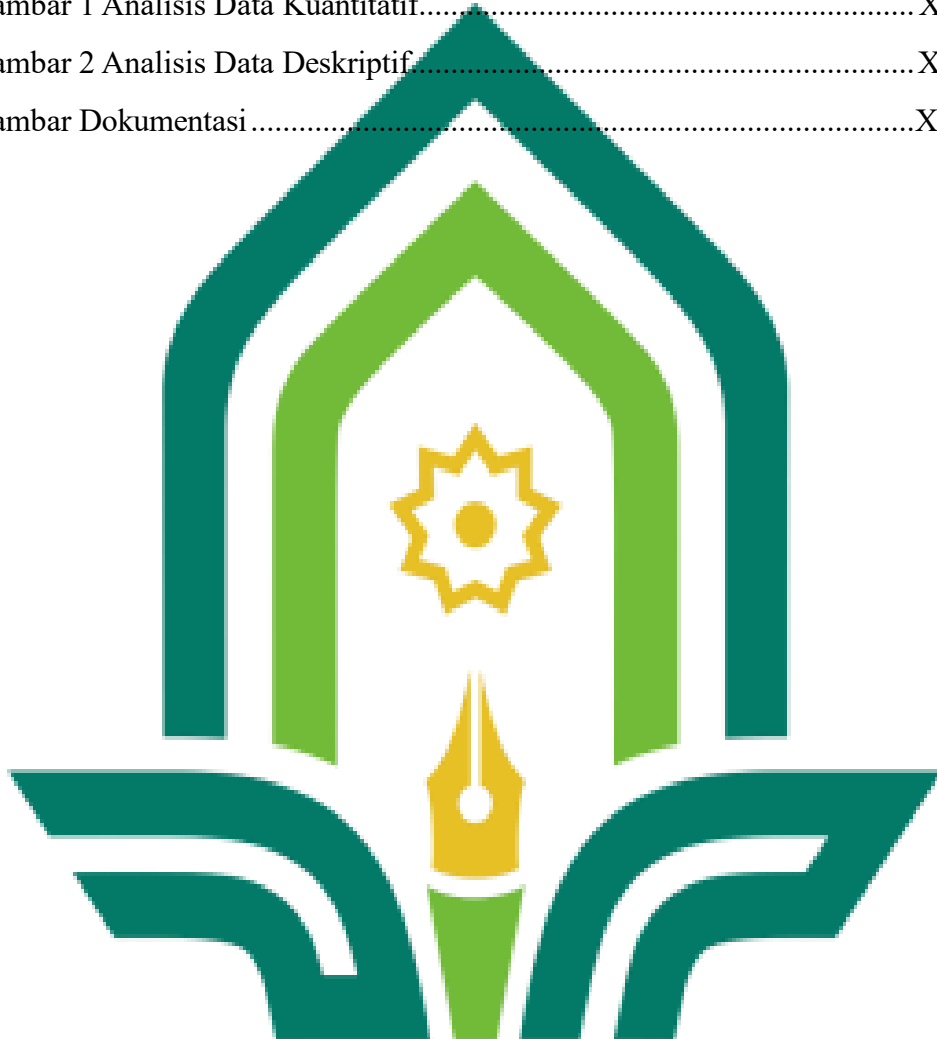
Tabel 1.1 jumlah konsumsi buah paling banyak di Indonesia	2
Tabel 1.2 jumlah produksi buah terbesar di Indonesia	2
Tabel 1.3 Jumlah Pedagang Streetfruit Di Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya Bojong.....	5
Tabel 1.4 jumlah pembeli dan pelanggan	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	49
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Bojong.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.6 Deskripsi Data Penelitian Variabel Harga (X1)	60
Tabel 4.7 Deskripsi Data Penelitian Variabel Kualitas Produk (X2).....	61
Tabel 4.8 Deskripsi Data Penelitian Variabel Pelayanan (X3)	61
Tabel 4.9 Deskripsi Data Penelitian Variabel Jenis Alat Ukur (X4).....	62
Tabel 4.10 Deskripsi Data Penelitian Variabel Lokasi (X5).....	62
Tabel 4.11 Deskripsi Data Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan <i>Streetfruit</i> (Y).....	63
Tabel 4.12 Hasil Analisis Data Deskriptif	64
Tabel 4.13 Hasil Analisis Data Kuantitatif.....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji F	66
Tabel 4.15 Hasil Uji T	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.20 Korelasi Antar Variabel X Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	75
Tabel 1 Kuesioner.....	VI

DAFTAR TABEL

Tabel 2 Data Harga (X1)	VIII
Tabel 3 Data Kualitas Produk (X2)	X
Tabel 4 Data Pelayanan (X3).....	XIII
Tabel 5 Data Jenis Alat Ukur (X4)	XVI
Tabel 6 Data Lokasi (X5)	XIX
Tabel 7 Data Kepuasan Pelanggan (Y).....	XXI
Tabel 8 Uji Validitas Harga (X1)	XXIV
Tabel 9 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	XXV
Tabel 10 Uji Validitas Pelayanan (X3)	XLIX
Tabel 11 Uji Validitas Jenis Alat Ukur (X4).....	XXVII
Tabel 12 Uji Validitas Lokasi (X5).....	XXVIII
Tabel 13 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	XXIX
Tabel 14 Contoh Uji Reliabilitas	XXIX
Tabel 15 Uji Reliabilitas Harga (X1).....	XXX
Tabel 16 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	XXX
Tabel 17 Uji Reliabilitas Pelayanan (X3).....	XXXI
Tabel 18 Uji Reliabilitas Jenis Alat Ukur (X4).....	XXXI
Tabel 19 Uji Reliabilitas Lokasi (X5).....	XXXII
Tabel 20 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	XXXII

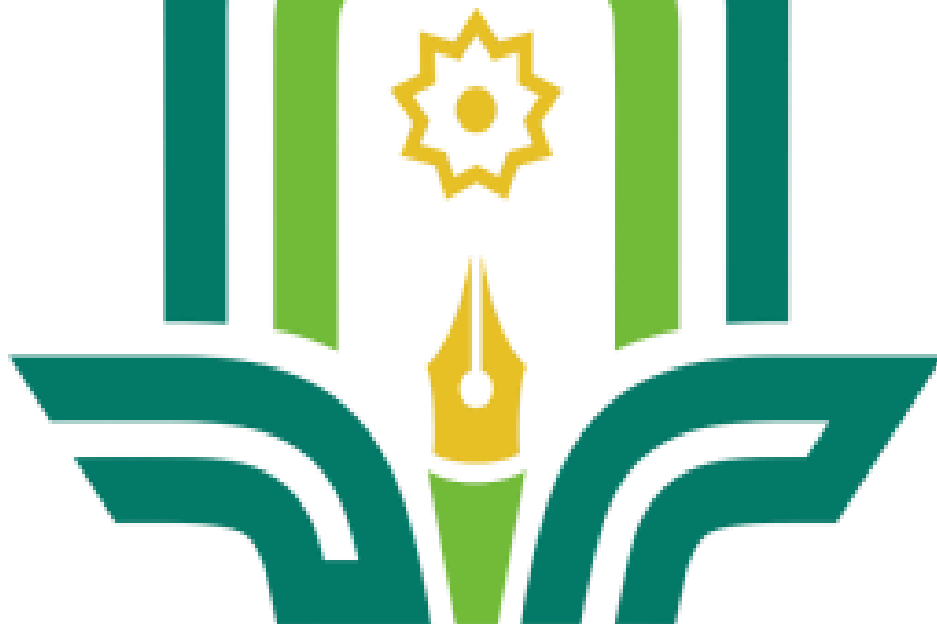
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lokasi penelitian.....	9
Gambar 2.1 Kerangka berpikir	44
Gambar 1 Analisis Data Kuantitatif.....	XXXIII
Gambar 2 Analisis Data Deskriptif.....	XXXI
Gambar Dokumentasi	XXXIV



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	VI
Lampiran 2 Tabel Keseluruhan Data Variabel	VIII
Lampiran 3 Tabel Uji Validitas	XXIV
Lampiran 4 Tabel Uji Reliabilitas.....	XXX
Lampiran 5 Analisis Data Kuantitatif.....	XXXIII
Lampiran 6 Analisis Data Deskriptif.....	XXXIII
Lampiran 7 Dokumentasi	XXXIV
Lampiran 8 Riwayat Hidup Penulis	XXXV



DAFTAR ISTILAH/SIMBOL



<i>Streetfruit</i>	berbagai jenis buah yang dijual di pinggir jalan
<i>Islamic</i>	Islam
<i>Marketing</i>	pemasaran
<i>Management</i>	manajemen
Mean	nilai rata-rata
Maximum	maksimal / nilai tertinggi
Minimum	minimal / nilai terendah
Prob (F-statistic)	probabilitas F statistik
t-Statistic	nilai T ststistik
C	<i>Coefficient</i>
X1	harga
X2	kualitas produk
X3	pelayanan
X4	jenis alat ukur
X5	lokasi
Y	kepuasan pelanggan
PEBI	perspektif etika bisnis Islam
e	error
n	ukuran sampel yang dibutuhkan
N	jumlah populasi
e	<i>margin of error</i> yang diinginkan
>	lebih dari
<	kurang dari
-	pengurangan / negatif
+	penjumlahan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis dan konsumsi umum, tren kepuasan konsumen merupakan indikator kunci untuk mengevaluasi kualitas suatu produk dan relevansinya di mata konsumen. Kepuasan konsumen tidak hanya berkaitan dengan aspek rasa atau kualitas produk, tetapi juga menyangkut berbagai faktor seperti harga, pelayanan, jenis alat ukur dan lokasi. Dalam konteks konsumsi pangan, buah-buahan merupakan salah satu komoditas penting yang berkaitan erat dengan gaya hidup sehat dan pemenuhan gizi masyarakat.

Peningkatan sektor perdagangan buah di area tersebut mencerminkan dinamika ekonomi lokal yang semakin berkembang. Fenomena ini menunjukkan adanya permintaan masyarakat yang tinggi terhadap produk buah, baik untuk konsumsi harian maupun kebutuhan bisnis. Tingginya permintaan ini turut mendorong pertumbuhan pelaku usaha di bidang distribusi dan penjualan buah. Namun, perkembangan ini juga memunculkan tantangan baru seperti persaingan yang ketat, kebutuhan akan manajemen rantai pasok yang efisien, serta pentingnya menjaga kualitas produk.

Menyoal konsumsi buah, rata-rata konsumsi masyarakat Indonesia sebesar 81,14 gram/kapita/hari (BPS, 2021). Namun jumlah tersebut hanya sebesar 54,09% dari batas minimal angka kecukupan gizi Badan Kesehatan

Dunia (WHO), sehingga masih perlu untuk ditingkatkan. Di Indonesia, pisang merupakan buah yang paling banyak dikonsumsi yakni :

Tabel 1.1 jumlah konsumsi buah paling banyak di Indonesia.

No	Nama buah	Jumlah
1.	Pisang	24,71 gram/kapita/hari
2.	Jeruk	12,57 gram/ kapita/hari
3.	Pepeya	11,71 gram/kapita/hari
4.	Semangka	8,57 gram/kapita/hari

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)

Di sisi lain, merujuk data BPS diketahui bahwa produksi buah-buahan nusantara terus mengalami peningkatan. Pada 2021 mencapai 25,96 juta ton atau mengalami peningkatan sebesar 5,4% dibandingkan produksi 2020 sejumlah 24,63 juta ton. Komoditas dengan jumlah produksi terbesar adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 jumlah produksi buah terbesar di Indonesia

No	Nama buah	Jumlah
1.	Pisang	8,74 juta ton
2.	Nanas	2,89 juta ton
3.	Mangga	2,84 juta ton
4.	Jeruk siam	2,4 juta ton
5.	Durian	1,35 juta ton
Total		25,96 juta ton

Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)

Membeli buah di pinggir jalan, khususnya pada lapak pedagang *streetfruit*, menjadi pilihan utama bagi sebagian besar masyarakat karena pertimbangan kepraktisan, harga yang kompetitif, dan aksesibilitas lokasi. Pedagang *streetfruit* seperti Kampir Buah, Mahes Buah, dan pedagang mobil di pertigaan Ketintang memiliki daya tarik tersendiri karena lokasinya yang strategis yaitu dekat sekolah, pangkalan ojek, SPBU, dan jalan raya

sehingga mudah dijangkau oleh pembeli. Selain itu, harga yang ditawarkan cenderung lebih murah karena tidak melalui rantai distribusi yang panjang. Banyak konsumen juga merasakan pengalaman berbelanja yang lebih personal karena dapat memilih langsung buah segar dari lapak, sehingga menambah nilai kepuasan tersendiri dibandingkan membeli di supermarket atau toko modern.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pisang menjadi buah yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dengan rata-rata konsumsi sebesar 24,71 gram/kapita/hari. Konsumsi ini jauh lebih tinggi dibandingkan jenis buah lainnya seperti jeruk (12,57 gram), pepaya (11,71 gram), dan semangka (8,57 gram). Data ini menunjukkan bahwa pisang memiliki posisi istimewa dalam preferensi konsumsi buah masyarakat, baik karena ketersediaannya yang melimpah, harga yang relatif terjangkau, maupun karena nilai gizinya yang cukup tinggi serta mudah dikonsumsi dalam berbagai kondisi.

Konsumsi buah dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti kesadaran masyarakat akan pola hidup sehat, kebutuhan pemenuhan gizi harian, kemudahan akses terhadap buah segar, serta faktor harga dan preferensi rasa. Meskipun produksi buah nasional mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya, konsumsi buah masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, yaitu hanya sekitar 81,14 gram/kapita/hari atau sekitar 54,09% dari standar minimal konsumsi buah yang ditetapkan oleh WHO. Ini menunjukkan bahwa meski ketersediaan buah melimpah, masih ada

tantangan dalam mengedukasi masyarakat agar lebih rutin mengonsumsi buah sebagai bagian dari gaya hidup sehat.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap pedagang. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan.

Dalam konteks penjualan buah di *streetfruit*, satuan ukuran seperti "kilogram" menjadi elemen krusial dalam menentukan kepuasan konsumen (variabel Y). Konsumen sangat memperhatikan kejujuran dan ketepatan alat ukur yang digunakan dalam transaksi pembelian. Kesalahan penimbangan, penggunaan timbangan yang tidak akurat, atau praktik curang dapat langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap keadilan harga dan kualitas layanan. Oleh karena itu, jenis alat ukur yang digunakan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen, di samping aspek harga, lokasi, kualitas produk, dan pelayanan.

Objek penelitian berupa pedagang *streetfruit* di sepanjang Jalan Pahlawan hingga Jalan Raya Bojong sangat relevan untuk dianalisis karena wilayah ini sedang mengalami pertumbuhan jumlah pedagang buah kaki lima yang signifikan. Dalam konteks ini, penelitian yang menyoroti

pengaruh variabel harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan menjadi penting. Lapak-lapak seperti Kampir Buah, Mahes Buah, dan pedagang mobil di pertigaan Ketitang merupakan representasi nyata dari dinamika perdagangan buah skala mikro di kawasan tersebut. Dengan demikian, objek penelitian ini sangat sesuai untuk mengevaluasi bagaimana faktor-faktor tersebut membentuk kepuasan pelanggan, sekaligus memberikan gambaran konkret tentang tantangan dan peluang dalam sektor perdagangan buah di tingkat lokal.

Tabel 1.3 Jumlah Pedagang *Streetfruit* Di Sepanjang Jalan Pahlawan Sampai Jalan Raya Bojong

No	Indikator Streetfruit	Jumlah
2023		
1.	Lapak	2
2.	Mobil	1
2024		
1.	Toko	2
2.	Lapak	2
3.	Mobil	3
4.	Pedagang Musiman	2

Sumber : Hasil observasi tempat

Pada tahun 2023, terdapat tiga lapak *streetfruit* yang beroperasi, yaitu Mahes Buah, Kampir Buah dan pedagang *streetfruit* mobil di pertigaan Ketitang. Namun, setelah setahun pada tahun 2024, jumlah pedagang *streetfruit* mengalami peningkatan signifikan sebesar 200%, sehingga total menjadi sembilan lapak. Di antara *streetfruit* tersebut, Mahes Buah, Kampir Buah dan pedagang *streetfruit* mobil di pertigaan ketitang masih tetap ada, sementara lapak baru yang bermunculan mencakup ABS dengan dua toko, tiga pedagang *streetfruit* yang beroperasi dari mobil, serta

dua pedagang *streetfruit* yang khusus menjual buah musiman seperti nangka, mangga, dan rambutan.

Gambar 1.1 Lokasi penelitian



Sumber : observasi

Kampir Buah milik bu Rukayah telah berdiri sejak tahun 2015. Kampir Buah merupakan pencetus *streetfruit* jauh sebelum pedagang *streetfruit* lain berdiri. Kampir Buah terletak di antara pangkalan ojek dan SMPN 2 Bojong. Kampir Buah telah menjadi tujuan utama bagi pencinta buah segar. Kampir Buah menyediakan berbagai jenis buah seperti jeruk, semangka, apel, per, naga, pepaya, melon, mangga, salak, belimbing dan nanas. Seiring waktu, pada tahun 2018, muncul pedagang *streetfruit* baru di dekat pertigaan Ketitang yaitu Mahes Buah.

Mahes Buah milik bu Sri berdiri sejak tahun 2018 disaat pandemi covid-19 dan sebelum maraknya pedagang *streetfruit* lain. Mahes Buah tetap memiliki langganan karena menjual dengan harga sama seperti harga pasar induk sehingga dianggap murah dan terletak di lokasi yang strategis yaitu diantara pertigaan dan SPBU ketitang sehingga mudah dijangkau. Mahes Buah menyediakan berbagai jenis buah seperti jeruk, semangka, apel, per, naga, pepaya, dan melon.

Waktu terus berjalan hingga tahun 2023 muncul pedagang *streetfruit* mobil di pertigaan Ketitang, pedagang *streetfruit* tersebut berasal dari Demak dan mulai berjualan di pertigaan Ketitang sejak tahun 2023. Pedagang *streetfruit* menyediakan berbagai jenis buah seperti jeruk, semangka, apel, per, naga, pepaya, melon dan pisang. Dibawah ini adalah data jumlah pelanggan dan pembeli dari tiga lapak tersebut.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan para pedagang terkait jumlah pelanggan dan pembeli perhari dan perbulan. Jumlah pembeli yang tidak menentu tergantung pada hari tertentu seperti bulan ramadhan, tahun baru maupun waktu libur panjang akan ramai pembeli. Namun, jika hari-hari biasa akan terasa sepi pembeli sehingga ketidakpastian jumlah pembeli menjadikan peneliti menjumlahkan menjadi rata-rata sebagaimana seperti tabel dibawah ini :

Tabel 1.4 jumlah pembeli dan pelanggan

No.	Lapak Buah	Pelanggan	Pembeli	
			Perhari	Perbulan
1.	Kampir Buah	20	17	25
2.	Mahe's Buah	10	13	19
3.	pedagang streetfruit mobil di pertigaan Ketitang	15	20	27

Sumber : wawancara dengan pedagang

Menurut penelitian yang dilakukan di perusahaan MNC Vision, kualitas pelayanan belum mampu menunjukkan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut penelitian Kasinem (2021) tentang "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Lodging Bukit Serele Lahat", tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Menurut penelitian tambahan yang dilakukan oleh Khalid (2021) tentang "Pengaruh

Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Warga Kos 33 Jati Padang Pasar Minggu, Jakarta Selatan)," lokasi tidak berdampak signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan di Kos 33.

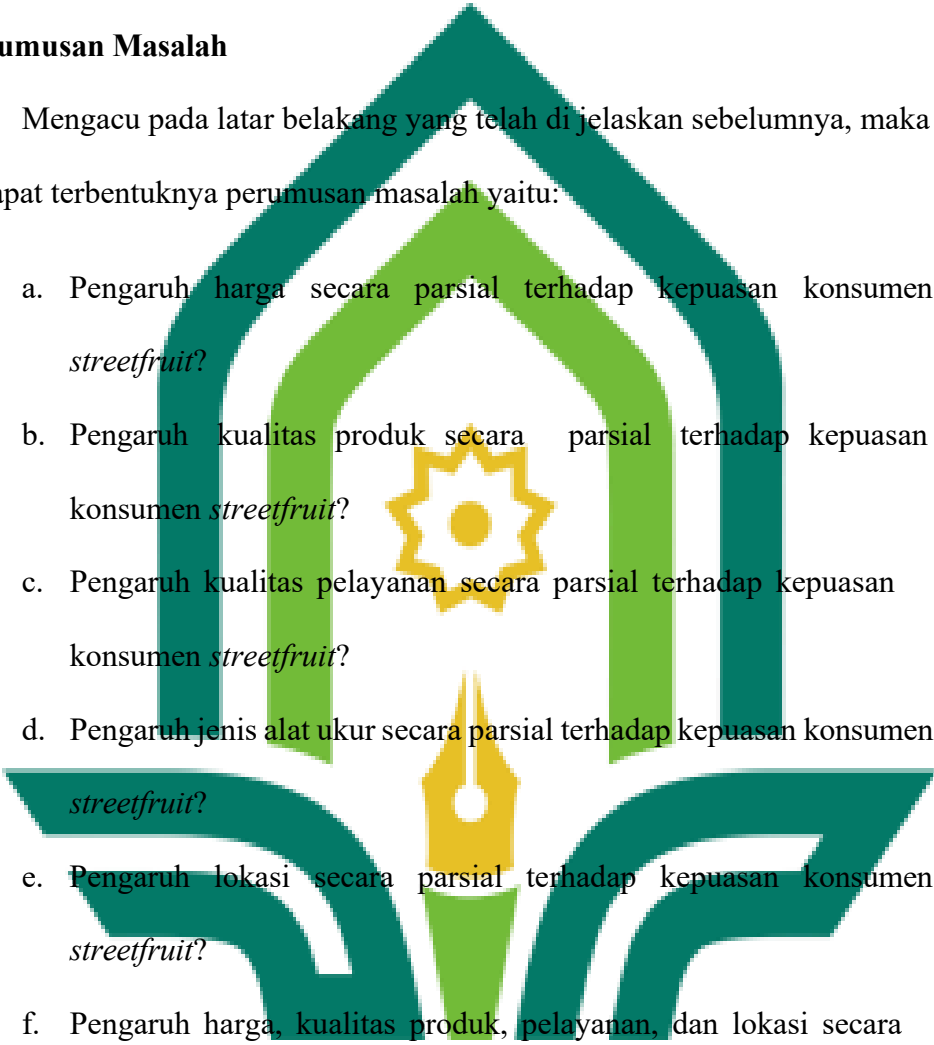
Studi Vidi Hadyarti (2022) di Lembaga Bimbingan Belajar Swasta Star Domestic Blitar, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan" menunjukkan bahwa harga tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian Sinollah (2022) "Analisis Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ponsel" menunjukkan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan ponsel OPPO.

Mempertimbangkan maraknya pertumbuhan jumlah pedagang buah kaki lima sekarang ini. Maka, sudah sepatutnya pedagang *streetfruit* memperhatikan harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur dan lokasi agar dapat bersaing. Tingkat kepuasan pelanggan dalam etika bisnis Islam dapat digunakan untuk menentukan apakah harga, kualitas produk, layanan, jenis alat ukur, dan lokasi mempengaruhi apakah kebutuhan pelanggan saat ini terpenuhi atau tidak. Oleh karena itu, peneliti akan menyelidiki hubungan harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur, dan lokasi dengan tingkat kepuasan pelanggan *streetfruit*. Sesuai dengan uraian yang disebutkan, peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian yang diberi judul “**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, JENIS ALAT UKUR DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN**

**PELANGGAN PEDAGANG STREETFRUIT (STUDI KASUS
SEPANJANG JALAN PAHLAWAN (STUDI KASUS SEPANJANG
JALAN PAHLAWAN SAMPAI JALAN RAYA BOJONG) ”**

B. Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang telah di jelaskan sebelumnya, maka dapat terbentuknya perumusan masalah yaitu:

- 
- a. Pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*?
 - b. Pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*?
 - c. Pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*?
 - d. Pengaruh jenis alat ukur secara parsial terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*?
 - e. Pengaruh lokasi secara parsial terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*?
 - f. Pengaruh harga, kualitas produk, pelayanan, dan lokasi secara simultan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*.

- 
- b. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*.
 - c. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*.
 - d. Menganalisis pengaruh jenis alat ukur terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*.
 - e. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen *streetfruit*.
 - f. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* dalam etika bisnis Islam.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah harapan peneliti agar proposal dapat berguna:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjaga kepuasan konsumen *streetfruit*, penelitian ini diyakini dapat memperluas pemahaman pembaca mengenai harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur, dan lokasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu pedagang buah kaki lima meningkatkan praktik bisnis mereka dan meningkatkan daya saing dan pelayanan mereka, khususnya di daerah-daerah yang saat ini masih kurang.

E. Sistematika Pembahasan

a. BAB I PENDAHULUAN

Memberikan informasi latar belakang penelitian, termasuk alasan di balik penelitian, penyusunan masalah, tujuan dan keuntungan penelitian, dan evaluasi metodologis atas temuan.

b. BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang pengertian kepuasan konsumen, tujuan kepuasan konsumen, manfaat kepuasan konsumen, teori kepuasan konsumen, keilmuan manajemen pemasaran syariah, hubungan linier dari pelayanan, jenis alat ukur dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dan wawasan terkait kepuasan konsumen, loyalitas konsumen dan *streetfruit*.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini berfokus pada buah jalanan dari UIN K.H Abdurrahman Wahid hingga pertigaan Bojong, lebih tepatnya dari Jalan Pahlawan hingga Jalan Raya Bojong. Sampel penelitian adalah jumlah penduduk Kecamatan Bojong pada tahun 2023 adalah 78.392,00 orang. Variable independen dalam penelitian adalah harga (X1), kualitas produk (X2), layanan (X3), jenis alat ukur (X4), dan lokasi (X5). Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan sekunder, metode pengumpulan data yaitu kuesioner dan

wawancara; dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian meliputi uji F, uji T, regresi linear berganda, koefisien determinasi, validitas, dan reliabilitas.

d. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan lokasi penelitian, demografi responden, hasil analisis data, dan hubungan antar variabel.

e. BAB V PENUTUP

Mencakup hasil penelitian dan saran untuk penelitian tambahan.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Harga

Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* karena $t\text{-hitung} > t\text{-table}$ yaitu $4,686249 > 1,9839715$ dan memiliki prob atau signifikansi sebesar $0.0000 < 0,05$. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat serta kualitas produk mampu meningkatkan kepuasan konsumen *streetfruit*.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk menunjukkan pengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* karena $t\text{-hitung} < t\text{-table}$ yaitu $-0,951289 < 1,9839715$ dan memiliki prob atau signifikansi sebesar $0.3439 > 0,05$. Aspek kesegaran, penampilan, dan rasa buah menjadi elemen penting yang dihargai oleh konsumen *streetfruit*.

3. Pelayanan

Pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional memiliki pengaruh negatif dengan kepuasan konsumen *streetfruit* karena $t\text{-hitung} < t\text{-table}$ yaitu $-1,840084 < 1,9839715$ dan memiliki prob atau signifikansi sebesar $0.0689 > 0,05$. Pelanggan merasa dihargai ketika pedagang memberikan perhatian penuh terhadap kebutuhan mereka.

4. Jenis Alat Ukur

Ketepatan pemilihan jenis alat ukur (timbangan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* karena $t\text{-hitung} < t\text{-table}$ yaitu $2,218213 > 1,9839715$ dan memiliki prob atau signifikansi sebesar $0.0289 < 0,05$. Penggunaan timbangan yang akurat mencerminkan keadilan dalam transaksi dan meningkatkan kepercayaan konsumen *streetfruit*.

5. Lokasi

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* karena $t\text{-hitung} < t\text{-table}$ yaitu $0,664931 < 1,9839715$ dan memiliki prob atau signifikansi sebesar $0,5077 < 0,05$. Pedagang yang berlokasi strategis, mudah diakses, dan bersih cenderung lebih dihargai oleh konsumen *streetfruit*.

6. Hubungan Simultan

Secara simultan, harga, kualitas produk, pelayanan, jenis alat ukur, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *streetfruit* karena nilai Prob. F hitung sebesar $0.000000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa kelima faktor tersebut saling mendukung untuk menciptakan pengalaman konsumen *streetfruit* yang positif.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan Penelitian ini adalah tidak bisa menambahkan lebih banyak tempat observasi dikarenakan banyak pedagang *streetfruit* musiman yang tidak tetap dan sering berpindah tempat.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi, F. K. (2021). Perspektif jual beli online dalam perspektif hukum Islam dan KUHPerdara. *Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 2*(1), 91–102. [https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v2i1.66]
- Alfis. (2023). Analisis kepuasan pembeli dalam takaran timbangan menurut ekonomi syariah.
- Ambon, P. (2022). The factors that affecting demand of Ambon banana (*Musa paradisiaca L.) (Case study of consumers in PD. Pasar Jaya Pasar Minggu, South Jakarta).
- Annisaa, A. R. (2023). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen (Studi kasus pada Toko Buah “Fruits Market” di Kota Makassar).
- Andreanata, I. M. A., & Wilyadewi, I. I. D. A. Y. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung.
- Astuti, A. R. T. (2022). *Etika bisnis Islam (kasus-kasus kontemporer)*. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare.
- Basoni, S. L. S., Suwarsono, B., & Kurniawan, B. W. (2023). Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Istana Buah Kediri.
- Dewangga, R. S., Sutejo, B., & Sumiyati, S. (2024). Pengaruh citra merek dan store

atmosphere terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Janji Jiwa Ungaran, 5(1), 1075–1083.

Dewi, T. F., & Mubarak, A. (2024). Pengaruh store atmosphere, kualitas pelayanan, dan harga produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, 16(1).

Ertanti, I., & Fahrazi, M. (2023). Praktik ijab-kabul (akad) dalam transaksi jual beli oleh masyarakat Banjar ditinjau dari perspektif hukum ekonomi Islam. *Diversi Jurnal Hukum, 7*(1), 129–150. <https://ejournal.uniska-kediri.ac.id/index.php/Diversi/article/download/433/473>

Feriyanto, A. (2015). Komunikasi bisnis: Strategi komunikasi dalam mengelola bisnis. Jawa Tengah: Mediaterra.

Fujawati, E., Susnita, T. A., & Ratnasari, N. (2024). Strategi harga dan kualitas produk dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada industri roti, *3*(1), 11–21.

Harga, D. A. N., & Kepuasan, T. (2024). Analisis pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan, *13*, 125–141. [<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1007>]
(<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i1.1007>)

Jannah, Y. R., Edwina, S., & Rifai, A. (2023). Analisis kepuasan konsumen berbelanja buah di pasar modern saat pandemi Covid-19 di Kota Pekanbaru (Studi kasus Jumbo Mart Delima).

- Kartikasari, R. D., Handayani, M. T., & Fatin, N. H. (2020). Tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut buah pepaya di pasar tradisional Kota Surakarta.
- Kotler, P. (2018). Manajemen pemasaran (Jilid I & II, Edisi ke-11). Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Maknunah, L. U., & Astuningtyas, E. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Citra Jelita Desa Wonorejo Kecamatan Srengat Kabupaten Blitar. **Jurnal Publiciana*, 14*(2), 339–361.
<https://doi.org/10.36563/P.V14i02.360>
- Maria, A. D. (2024). Analisis dampak promosi dan inovasi menu terhadap kepuasan pelanggan, 6(1), 47–55.
- Marpaung, F. K., Hutagalung, I. N., Mariana, M., Siahaan, N. J., & Siregar, L. H. (2021). Kepuasan pelanggan PT. Dwi Karya Sartika, *16*(1), 81–96.
- Mufarrohah. (2022). Analisis ketepatan timbangan pedagang ayam broiler pada pasar tradisional Sombher. *Youth & Islamic Economic Journal*, 3(1), 46–49.
- Nugroho, M. D. W. I., & Ibrahim, M. M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan: Studi pada Angkringan Classic Tepi Kota.
- Pipit, P., Erwin, S. R., & Saijun. (2023). Analisis penerapan etika bisnis Islam dalam penggunaan timbangan di pasar tradisional (Studi pada Pasar Desa Rawa Jaya

Kec. Tabir Selatan Kab. Merangin Jambi).

Prasetya, A. A., Luh, N., & Indiani, P. (2024). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bali Semesta Agung Denpasar, 12(1), 72–76.

Purchase, C., Assessed, I., The, F., Store, A., Manajemen, F. E., Manajemen, F. E., & Manajemen, F. E. (2021). Kualitas produk, citra merek dan pelayanan pada outlet 3 Second Surakarta, *22*(1), 55–68.

Puspita, S., & Ramayani, W. (2024). Transaksi jual beli dalam pandangan Islam, 333–339.

Rangkuti, F. (2018). Riset pemasaran. Jakarta: PT Centro Inti Media.

Rivai, V. (2014). Islamic marketing. Jakarta: Gramedia.

Santika, A., & Aquina, A. (2024). Satisfaction Antara Coffee Semarang: Pengaruh cafe atmosphere, kualitas produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, 5(1), 8–16.

Sujarweni, V. W. (2010). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Sunyoto, D. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: CAPS.

Virginia, R. S., Sam'un, M., & Yusiana, E. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen Toko Buah Srikandi 3 di Kota Bekasi.

Wardika, P. O., Dewi, R. K., & Artini, N. W. P. (2019). Analisis kepuasan konsumen dalam membeli buah-buahan segar di Moena Fresh Bali.

Wilyadewi, I. I. D. A. Y., & Andreanata, I. M. A. (2023). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Sari Jaya Buah Kabupaten Badung.

Yvonne, A., & Sukati, I. (2024). Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan produk Meco Fruit Tea pada PT Prima Niaga Indomas, *7*(1), 21–30.

Zainal, V. R. (2017). *Islamic marketing management*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

