

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM
(STUDI KASUS DI RUMAH MAKAN SAMBAL STROEM
PRINGLANGU PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

KHOIRUL AMIN

NIM. 2013115064

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM
(STUDI KASUS DI RUMAH MAKAN SAMBAL STROEM
PRINGLANGU PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

KHOIRUL AMIN

NIM. 2013115064

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Khoirul Amin

NIM : 2013115064

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus Di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu 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 Juli 2022

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is shown, partially obscured by a handwritten signature in black ink. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METER', and 'TELE'. The signature is written over the stamp and extends to the right.

Khoirul Amin

2013115064

NOTA PEMBIMBING

Drajat Stiawan M. Si.

Wiradesa Kabupaten Pekalongan

Pekalongan, 03 Agustus 2022

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Khoirul Amin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan

Di

Pekalongan

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Khoirul Amin

NIM : 2013115064

Judul Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan)

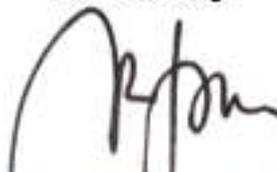
Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat disegera dimunaqosahkan.

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

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 03 Agustus 2022

Pembimbing



Drajat Stiawan M. Si.

NIP. 19830118 201503 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Khoirul Amin
NIM : 2013115064
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus Di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan)**

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

Dosen Penguji

Penguji 1


Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag
NIP. 19750211 199803 2 001

Penguji 2


Bambang Sri Hartono, M.Si
NITK. 19680225 202001 D1 0 28

Pekalongan, 02 November 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah Maha Mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Q.S. Al Baqarah Ayat: 216)

“Ilmu itu lebih baik dari pada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum (hukum) dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.”

(Khalifah Ali Bin Abi Thalib)

“Belajar, Berjuang, Bertaqwa”

(IPNU-IPPNU)

“Hidup hanya sekali, Sekali hidup bermanfaat - harus sehat namun tidak waras”

(Relawan NU)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah pemilik alam semesta, telah mengabulkan hajatku, dengan memberikan berbagai kado-kado terindah yang luar biasa. Rahmat, hidayah, sehat, otak serta tenaga untuk menyelesaikan Pendidikan Starta 1 di IAIN Pekalongan, tak lupa juga:

1. Terima kasih untuk keluarga besarku, Bapak Agus Khaidin, Ibu Sukarti (Almh), Ibu tiri Sunariyah, kakak Slamet Sugianto, Adik saya Afriliani Olivia, Riski, yang telah mendo'akan, mendukung dan mengingatkan saya akan tetap berjuang dan jangan malas, terima kasih banyak.
2. Terima kasih untuk Sahabat di organisasi yang saling mendo'akan, mendukung dan menemani dikala sedang bingung serta menghibur. *Thanks* untuk semuanya.
3. Terima kasih sahabat dan teman seperjuangan yang sama-sama berjuang.
4. Untuk orang special saat ini yang mendo'akan dan mendukung serta ikut prihatin. Terima kasih.
5. Terima kasih untuk dosen, guru dan pembimbing yang selalu memberi nasehat dan motivasinya.
6. Terima kasih untuk kyai dan ulama yang mendo'akan akan kelancarannya serta memberi nasehat, semangat untuk berjuang.
7. Dan terima kasih untuk semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Kalian luar biasa.

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus Di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan).

Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan yang sudah berdiri sejak 26 September 2012 dan didirikan oleh Ibu Hj. Lina Sofiana dan suaminya Bapak H. Dzufar. Rumah makan yang masih bertahan dikala rumah makan – rumah makan baru bermunculan. Rumah makan yang berpenghasilan kotor mencapai Rp. 4.000.000/ hari. Kepuasan yang menjadi hal yang sangat penting bagi pengusaha kuliner khususnya. Karena kepuasan merupakan tolak ukur sukses atau tidaknya suatu usaha yang dijalankan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan. Objek penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan dengan jumlah sampel 100 responden. Peneliti menggunakan SPSS 28,0 untuk menganalisis.

Hasil menunjukkan Kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar $0,239 > 0,05$ dan t hitung $-1,184 < 1,986$. Harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar $0,001 < 0,05$ dan t hitung $3,326 > 1,986$. Promosi (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar $0,106 > 0,05$ dan t hitung $1,631 < 1,986$. Tempat (X4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar $0,022 < 0,05$ dan t hitung $2,327 > 1,986$. Fasilitas (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar ($< 0,001$) $< 0,05$ dan t hitung $4,355 > 1,986$.

Sedangkan hasil uji F dengan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$ ditemukan F tabel 2,31. Diketahui nilai signifikan sebesar ($< 0,001$) $< 0,05$ dan F hitung $44,009 > F$ tabel 2,31, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X₁, X₂, X₃, X₄, X₅ secara simultan terhadap variabel Y. dan nilai R *Square* sebesar 0,685.

ABSTRACT

The Influence of Product Quality, Price, Promotion, Place, and Facilities on Muslim Consumer Satisfaction (Case Study At Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan).

The Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan which has been established since September 26, 2012 and was founded by Mrs. Hj. Lina Sofiana and her husband Mr. H. Dzufar. Restaurants that still survive when new restaurants appear. Restaurants with gross income of Rp. 4,000,000/day. Satisfaction is very important for culinary entrepreneurs in particular. Because satisfaction is a measure of the success or failure of a business that is run.

This study was conducted to determine the effect of product quality, price, promotion, place, and facilities on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan. The object of this research is the consumer of Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan with a sample of 100 respondents. Researchers used SPSS 28.0 to analyze.

The results show that product quality (X1) has no effect on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan, with t-test results of $0.239 > 0.05$ and t count $-1.184 < 1.986$. Price (X2) has an effect on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan, with t test results of $0.001 < 0.05$ and t count of $3.326 > 1.986$. Promotion (X3) has no effect on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan, with t test results of $0.106 > 0.05$ and t count $1.631 < 1.986$. Place (X4) has an effect on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan, with t-test results of $0.022 < 0.05$ and t-count $2.327 > 1.986$. Facilities (X5) have an effect on Muslim consumer satisfaction at the Sambal Stroem Restaurant Pringlangu Pekalongan, with the results of the t test of ($< 0.001 < 0.05$ and t count $4.355 > 1.986$).

While the results of the F test with a 95% confidence level and $\alpha = 0.05$ found F table 2.31. It is known that the significant value is ($< 0.001 < 0.05$ and F count $44.009 > F$ table 2.31, so it can be concluded that H₆ is accepted which means that there is an effect of variables X1, X2, X3, X4, X5 simultaneously on variable Y. and R Square value of 0.685.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, Kesehatan dan ridhonya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim (Studi Kasus di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan)" dengan baik. Tak lupa shalawat serta salam penulis ucapkan kepada Rosullullah Nabi Muhammad SAW yang dinantikan syafaatnya di yaumul kiyamah nanti.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan pengorbanan dalam segala hal untuk kelancaran menyelesaikan skripsi ini, mengurangi rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Drajat Stiawan M.Si. selaku pembimbing Skripsi yang sudah sabar meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
5. Ibu Karima Tamara, ST., MM selaku Wali Dosen.
6. Segenap Dosen dan Staf Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmunya.
7. Untuk orang tua tercinta Bapak Agus Khaidin dan Ibu Sukarti (Almh) serta keluarga yang selalu mendukung, mendo'akan dan mengingatkan.
8. Manajer dan karyawan Rumah Makan Sambal Storem Pringlangu Pekalongan yang telah mengizinkan dan main ke tempat untuk penelitian.

9. Dan teman-teman seperjuangan IAIN Pekalongan 2015 yang selalu mendukung, memotiasi dan mendo'akan serta berjuang Bersama.

Penulis berharap semoga hasil penelitian bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak lain yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 2022

Hormat Saya



KHOIRUL AMIN
2013115064

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	II
NOTA PEMBIMBING	III
PENGESAHAN	IV
MOTTO	V
PERSEMBAHAN	VI
ABSTRAK	VII
KATA PENGANTAR	IX
DAFTAR ISI	XI
PEDOMAN TRANSLITERASI	XIII
DAFTAR TABEL	XVII
DAFTAR GAMBAR	XVIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIX
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Kualitas Produk	11
2. Harga	16
3. Promosi	27
4. Tempat	31
5. Fasilitas	35
6. Keputusan Konsumen	37
B. Telaah Pustaka	39
C. Kerangka Berfikir	44
D. Hipotesis Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian	47
C. Setting Penelitian	47
D. Populasi dan Sampel	47
1. Populasi	48
2. Sampel	48
E. Variabel Penelitian	50
F. Sumber Data	50
1. Data Primer	50
2. Data Sekunder	50
G. Teknik Pengumpulan Data	51
1. Kuesioner	51
2. Studi Pustaka	52
H. Metode Analisis Data	52
1. Analisis Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
A. Karakteristik Responden	58
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58

2. Responden Berdasarkan Umur.....	59	
3. Responden Berdasarkan Agama.....	59	
4. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	60	
5. Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61	
6. Responden berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Perbulan.....	61	61
B. Analisis Data.....	62	
1. Pengujian Instrumen Validitas dan Reabilitas.....	62	
2. Uji Asumsi Klasik.....	65	
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	70	
4. Uji Hipotesis.....	74	
C. Pembahasan.....	77	
BAB V PENUTUP.....	83	
A. Kesimpulan.....	83	
B. Saran.....	84	
DAFTAR PUSTAKA.....	85	
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 tanggal 22 Januari 1998. 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini 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 (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (diatas)
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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. vokal

vokal tunggal	vokal rangkap	vokal panjang
ا = a		آ = ā

أ= i	أَي= ai	إِي= ī
أ= u	أُو= au	أُ= ū

3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis mar'atun jamīlah

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis fātimah

4. *Syaddad (tasydid, geminasi)*

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis rabbanā

البر ditulis al-birr

5. Kata sandang (artikel)

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

Contoh:

الشمس ditulis asy-syamsu

الرجل ditulis ar-rajulu

السيدة ditulis as-sayyidah

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

Contoh:

القمر ditulis al-qamar

البيدع ditulis al-badī'

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:

أمرت	ditulis	umirtu
شيء	ditulis	syai`un

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 3.1 METODE PENGUMPULAN DATA, JENIS INSTRUMEN DAN PRODUK DATA UNTUK JENIS PENELITIAN KUANTITATIF.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 3.2 KETERANGAN SKOR JAWABAN SKALA LIKERT.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.1 JENIS KELAMIN RESPONDEN **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.2 KATEGORI UMUR RESPONDEN.. **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.3 DESKRIPSI RESPONDEN BERDASARKAN AGAMA**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.4 TINGKATAN PENDIDIKAN TERAKHIR RESPONDEN.**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.5 JENIS PEKERJAAN RESPONDEN. **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.6 RESPONDEN PENDAPATAN ATAU UANG SAKU PERBULAN **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.7 HASIL PENGUJIAN VALIDITAS... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.8 HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.9 UJI NORMENGAN ONE SAMPLE KOLMOGOROV**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.10 HASIL PENGUJIAN UJI MULTIKOLONIERITAS**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.11 HASIL UJI HETEROSKEDATITAS (UJI GLEJSER).....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.12 HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.13 HASIL UJI T **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.14 HASL UJI F **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

TABEL 4.15 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI R². **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 KERANGKA BERFIKIR..... **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

GAMBAR 4.1 GRAFIK NORMAL PROBABILITY PLOT.....**ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

GAMBAR 4.2 GRAFIK HISTOGRAM **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

GAMBAR 4.3 GRAFIK SCATTERPLOT **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN 2 OUTPUT OLAHAN SPSS 28 ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN 3 GAMBAR ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN 4 SURAT KETERANGAN SIMILIARITY CHECKING ...ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

LAMPIRAN 5 DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan dan perkembangan bisnis dunia usaha di Indonesia sangat ketat, terutama di daerah Pekalongan mengalami perkembangan yang pesat khususnya dalam bidang kuliner. Karena setiap perusahaan berusaha untuk dapat meningkatkan persaingan pasar. Perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan bisa bertahan dalam dunia usahanya. Tidak hanya strategi pemasaran saja, melainkan persaingan yang terjadi membuat pelaku usaha harus mengeluarkan kemampuannya secara maksimal untuk memenangkan suatu produknya di pasar. Setiap pelaku usaha ditiap katagori untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Keller, 2015).

Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak juga pilihan konsumen memilih produk mana yang diharapkannya. Oleh karena itu konsekuensi pelaku usaha harus lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran dan meluncurkan produk. Di Pekalongan jajanan kuliner dari kelas ekonomi menengah kebawah dan menengah keatas menunjukan perkembangan yang signifikan. Dalam kelas menengah kebawah, misalnya kuliner dengan paket yang hemat sangat diburu oleh konsumen. Dengan harga yang murah dan kualitas produk yang baik menjadikan pelanggan tertarik dengan produk tersebut.

Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal. Maka pemasaran menjadi tolak ukur bagi perusahaan sebelum meluncurkan produk. Disamping pemasaran, ada juga kualitas produk, harga, promosi, tempat dan fasilitas perlu diperhatikan untuk menjadi daya tarik pelanggan. Sebagai pelaku usaha harus melihat perkembangan, apa yang sedang ngetren dikalangan konsumen, sehingga bisa maksimal dalam menjalankan tujuannya perusahaan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jadi kepuasan merupakan fungsi dari kesan atas kinerja dan harapan (Keller, 2008).

Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Semakin produk berkualitas maka semakin dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria yang meningkatkan minat beli konsumen (Satria, 2017).

Dalam hal ini perusahaan harus memperhatikan produk yang di kelolanya. Sebagai perusahaan dibidang kuliner tentunya mengedepankan kualitas produk, baik dari segi bahan baku, penyajian ataupun yang lainnya. Sepertihalnya di Rumah Makan Sambal Stroem yang sangat memperhatikan kualitas produknya. Walaupun ada beberapa factor lain seperti harga, fasilitas ataupun lainnya.

Harga adalah satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja (Assauri, 2014). Harga merupakan alat tukar yang digunakan untuk mendapatkan produk atau jasa dengan sejumlah uang.

Berbicara tentang harga tentunya berpengaruh pada pemasaran. Karena di Indonesia sendiri dominan melihat ke harganya terlebih dahulu, kemudian lainnya. Oleh karena itu harga sangat dipertimbangkan dalam pemasaran di Rumah makan Sambal Storem, di tambah ada promosi yang kapanpun bisa di lakukan.

Promosi adalah suatu bidang kegiatan marketing dan merupakan komunikasi yang dilakukan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi. Segala kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan meyakinkan konsumen (Handoko, 2017) .

Strategi pemasaran ini merupakan upaya untuk daya tarik pengunjung maupun calon konsumen supaya membeli produk yang dipromosikan. Rumah Makan Sambal Storem melakukan promosi berbagai cara, seperti halnya melalui media social, siaran radio maupun secara offline. Dan juga tidak lupa dengan mempertimbangkan tempat.

Tempat adalah suatu lokasi atau sesuatu yang dipakai untuk melakukan suatu hal. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kenyamanan tempat berpengaruh positif dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Wijayanti, 2020).

Dalam menentukan tempat atau lokasi suatu perusahaan harus dilakukan sebaik mungkin agar dapat berproduksi dengan lancar, biaya operasi rendah dan strategis seperti halnya Rumah Makan Sambal Storem Pringlangu Pekalongan.

Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna. Dengan fasilitas maka pelanggan akan merasa nyaman dan semakin fasilitas itu disediakan sesuai kebutuhan maka pelanggan akan merasa puas (Dealisna Pantilu, 2018).

Perusahaan diharuskan menciptakan kondisi yang menyenangkan dengan memanfaatkan tempat dan segala bentuk fasilitas yang mana dengan hal tersebut akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan menentukan ketersediaan transaksi pembelian

Rumah makan Sambal Stroem yang beralamat Jl. Urip Sumaharjo Pringlangu Pekalongan. Berdiri pada 26 September 2012 yang di dirikan oleh Ibu Hj. Lina Sofiana dan suaminya Bapak H. Dzufar. Rumah Makan Sambal Stroem yang buka mulai jam 10.00 sampai 22.00 WIB dan memiliki 16 orang yang terdiri dari 1 Pengelola 9 produksi dan 6 bagian waiters. Menu yang disediakan bermacam-macam sampai 121 menu yang terdiri dari makanan utama seperti, Ayam Stroem, Bebek Stroem, Nasi Goreng Stroem ada juga pelengkap. Tidak hanya makanan saja rumah makan ini menyediakan minuman utama dan pelengkap (Hamim, 2022).

Rumah Makan Sambal Stroem sudah terbukti berlabel halal dan ada surat izin usaha yang sudah melekat pada usaha kuliner ini. Melihat dari perkembangannya rumah makan ini rata-rata penghasilan kotor Rumah Makan Sambal Stroem adalah Rp 4.000.000 dan penghasilan bersih Rp 1,000.000/ hari, setelah wabah Virus Covid 19 menyerang Indonesia. Padahal sebelumnya Usaha kuliner ini berpenghasilan kotor mencapai Rp 6.000.000/ hari. Dalam hal ini bisa di lihat rata-rata pengunjung sekitar 200-300/ hari (Hamim, 2022).

Pada dasarnya Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Keramaian yang berkeuntungan Rp 1.000.000 - Rp 4.000.000/ hari yang terjadi di Rumah Makan Sambal Stroem ini menjadi tanda tanya, apa penyebab yang menyebabkan keramaian tersebut. Apakah kualitas produk, harga, promosi, tempat dan fasilitas yang menjadi salah satu faktor keramaian yang berujung kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem (Hamim, 2022).

Hal tersebut yang menjadikan latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, TEMPAT DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS DI RUMAH MAKAN SAMBAL STROEM PRINGLANGU PEKALONGAN)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan?
4. Apakah tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di rumah makan sambal stroem pringlangu pekalongan?
5. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di rumah makan sambal stroem pringlangu pekalongan?
6. Apakah kualitas produk, harga, promosi, tempat dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini di antaranya untuk:

1. Mengetahui apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.
2. Mengetahui apakah harga mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.

3. Mengetahui apakah promosi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.
4. Mengetahui apakah tempat mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.
5. Mengetahui apakah fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.
6. Mengetahui apakah kualitas produk, harga, promosi, tempat dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.

Adanya sebuah penelitian diperuntukan guna mengambil kegunaan dari penelitian, diharapkan dapat memberi kontribusi, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat yang berguna sebagai sarana dalam pengembangan teori terkait pembahasan yang berhubungan substansi yang sama, terutama yang berhubungan dengan kinerja pemasaran, adanya penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca sebagai sarana dalam menambah ilmu pengetahuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang substansi pembahasan dari diferensiasi kualitas produk, harga, promosi, tempat, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen muslim. Selain itu penulis berharap terutama bagi:

- a. Bagi Penulis

Memberikan sarana dalam meningkatkan ilmu pengetahuan terutama dalam dunia usaha kuliner yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, promosi, tempat, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen muslim.

- b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, promosi, tempat, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen muslim.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat dijadikan sebagai landasan serta memberikan acuan yang dapat mengembangkan kualitas produk, harga, promosi, tempat, dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen muslim.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bab ini berisi mengenai Landasan Teori, Telaah Pustaka, Kerangka Berfikir dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : METODELOGI PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data serta Teknik Analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang paparan hasil analisis Data yang terdiri dari Uji Validitas dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis serta pembahasan Pengaruh Kualitas

Produk, Harga, Promosi, Tempat, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan
Konsumen Muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu
Pekalongan

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan jumlah sampel sebesar 100 responden dengan variabel independent kualitas produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4), dan fasilitas (X5) serta variabel dependen adalah kepuasan konsumen muslim, maka dapat diambil kesimpulan dengan uji t dengan kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$ ditemukan t tabel 1,986 yaitu:

1. Kualitas produk (X1) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar 0,239 $> 0,05$ dan t hitung $-1,184 < 1,986$.
2. Harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar 0,001 $< 0,05$ dan t hitung $3,326 > 1,986$.
3. Promosi (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar 0,106 $> 0,05$ dan t hitung $1,631 < 1,986$.
4. Tempat (X4) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar 0,022 $< 0,05$ dan t hitung $2,327 > 1,986$.
5. Fasilitas (X5) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, dengan hasil uji t sebesar sebesar ($< 0,001$) $< 0,05$ dan t hitung $4,355 > 1,986$.
6. Kualitas Produk, Harga, Promosi, Tempat, Fasilitas secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Muslim di Rumah Makan Sambal Stroem pringlangu

Pekalongan. nilai signifikan sebesar ($< 0,001$) $< 0,05$ dan F hitung $44,009 > F$ tabel 2,31.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan dari kesimpulan tersebut maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan perlu melakukan upaya-upaya, seperti halnya mempertahankan kualitas produk, memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan porsi dan memberikan promosi yang benar-benar dilaksanakan serta fasilitas yang perlu diperbaiki bagi yang sudah rusak atau tidak baik lagi agar konsumen muslim merasa puas kepada Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan.
2. Bagi peneliti berikutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk mencari variabel lain yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen muslim di Rumah Makan Sambal Stroem Pringlangu Pekalongan, misalnya pelayanan atau lainnya.

Daftar Pustaka

- Ade Syarif Maulana. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI. *Journal Ekonomi*, 123.
- Aris Ariyanto, d. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Sumatra Barat.
- Ashari, P. B. (2007). Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS. (Edisi 1, hlm 144).
Jogjakarta: Andi
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Azwar, S. (1999). Metode Penelitian, hlm 105. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bonevetura Efriani Antyadika. (2012). Program Sarjana: Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Wong Art Bakery & Café Semarang). Semarang.
- Dealisna Pantilu, R. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelayanan pada Warung Bendito Kawasan Megamas, Manado.
- Donal R. Cooper dan C. William Emory. (1996). Metode Penelitian Bisnis. Edisi 5, cet.4, hlm 231. Jakarta:Erlangga.
- Dr. Basu Swastha Dh., M. (2015). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Drs. H. Indriyo Gitosudarmo, M. (2014). *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Drs. Leonardus Saiman, M. (2015). *Kewirausahaan (Teori,Praktik, dan Kasus-kasus)*. Jakarta: Salemba empat.
- Emmywati. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan, dan Fasilitas Kepuasan Konsumen pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo*.
- Fauzi, M. (2009) Metode Penelitian Kuantitatif, Cet. 1. Semarang: Walisongo Pres.
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. (Edisi 3). Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Hlm 105. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. (2017). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kuitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Titipan Kilat JNE, Medan*.
- Indra Lutfi Sofyan, A. P. (2013). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang*. Semarang. Semarang.
- Indrasani, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Isti Faradisa, L. B. (2016). *Analisi Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesia Coffeeshop, Semarang*. Management.
- Izza, M. (2017). *Kewirausahaan*. Pemalang: NEM.
- Kartajaya, H. (2004). *Positioning, Diferensiasi dan Brand, hlm. 27*. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- lane, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga Belas Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Ed. 13, hal 140*. Gelora Aksara Pratama.
- Ratela, G. D. (2016). *Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Coffee Island*.
- Ruslan, R. (2003). *Metode Penelitian Public Relation Dan Komunkasi* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Samsu, S. M. (2017). *Metode Penelitian :Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Mixed Methods, serta Research & Development*. Jambi: Pusat Studi Agama dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36 Surabaya*.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono. (2015). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R & D, cet 22*. Bandung: Alfabet.
- Wijaya, W. (2017). *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Yoshinoya Galaxy Mall, (Surabaya, Malang)*.
- Wijayanti, K. P. (2020). *Pengaruh Kenyamanan Tempat, Harga, Varian Prodk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Surakarta*.