

**PENGARUH LOKASI USAHA, KEBERAGAMAN PRODUK,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN  
(Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**NUR FAJRI MUBAROK**

**NIM. 2013116305**

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

**PENGARUH LOKASI USAHA, KEBERAGAMAN PRODUK,  
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN  
(Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh :

**NUR FAJRI MUBAROK**

**NIM. 2013116305**

**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 : Nur Fajri Mubarak

NIM : 2013116305

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH LOKASI USAHA, KEBERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)”** adalah benar-benar karya penulis sendiri kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini plagiat, penulis bersedia mendapat sanksi akademik yakni dicabut gelarnya.

Pekalongan, 18 Mei 2022  
Yang Menyatakan,



**NUR FAJRI MUBAROK**  
**NIM. 2013116305**

## NOTA PEMBIMBING

**Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M**

Alamat Jalan Menjangan RT 01 RW 02 Desa Trayeman Kecamatan Slawi  
Kabupaten Tegal

---

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Saudara Nur Fajri Mubarok

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

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

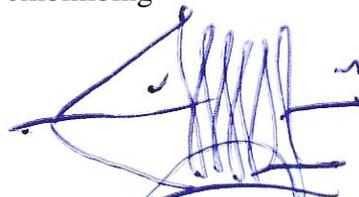
Nama : Nur Fajri Mubarok  
NIM : 2013116305  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Lokasi Usaha, Keberagaman Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekalongan, 12 Mei 2022

Pembimbing



**Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.**  
**NIP. 198205272011011005**



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

Jl. Pahlawan No.52, Rowolaku Kajen Pekalongan Telp.085728204134 /Fax.(0285) 423418  
Website: [febi.iainpekalongan.ac.id](http://febi.iainpekalongan.ac.id) /Email: [febi@iainpekalongan.ac.id](mailto:febi@iainpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

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

Nama : Nur Fajri Mubarok  
NIM : 2013116305  
Judul : Pengaruh Lokasi Usaha, Keberagaman Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 6 Juni 2022 dan dinyatakan LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

**Dewan Penguji**

**Penguji I**

Dr. Tamamudin, S.E., M.M.  
NIP 19791030 200604 1 018

**Penguji II**

Wilda Yulia Rusyida S.Pd., M.Sc.  
NIP 19911026 201903 2 014

Pekalongan, 6 Oktober 2022

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H  
NIP.19750220 199903 2 001

## **MOTTO**

“Dalam meraih kesuksesan, Kemauan anda untuk sukses harus lebih besar dari ketakutan anda akan kegagalan”

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”  
(Q.S Al Insyirah 5)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan rasa syukur atas nikmat Allah SWT, saya ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan motivasi dan telah banyak berkorban waktu, tenaga dan materi demi kelangsungan hidup dan kesejahteraan saya di masa yang akan datang. Terimakasih atas doa yang senantiasa kalian panjatkan dan terimakasih yang tak terhingga untuk segalanya.
2. Seluruh keluarga dan kerabat saya yang selalu mendukung saya.
3. Kepada Sahabat dekat, Prasetio Utomo Adi Nugroho, Huda Fitrianto, Cyndi Alexandra, Safira Salma Sania dan Krisna Mardani terimakasih telah memberi semangat dan selalu ada.
4. Kepada teman-teman Ekos angkatan 2016 dan semua teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terimakasih untuk kalian yang telah hadir dalam hidup membawa keceriaan, memberikan cerita, doa, dukungan serta bantuan yang tak terhingga kepada saya.
5. Untuk teman-teman non akademisi, teman-teman bulutangkis yang selalu menemani waktu luang, terimakasih banyak kalian telah memberikan semangat dan dukungannya.

## ABSTRAK

### **NUR FAJRI MUBAROK. 2022. Pengaruh Lokasi Usaha, Keberagaman Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan).**

Sifat khas pasar tradisional memiliki fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa tergantikan oleh pasar modern. Pasar tradisional menjadi tumpuan bagi UMKM di sekitarnya sebagai salah satu sektor yang memiliki dampak ekonomi yang besar. Pasar tradisional memengaruhi bagaimana suatu area dengan fungsi sosial sebagai ruang bertemunya pembeli dan penjual dalam menjalin interaksi dan bertukar informasi. Identifikasi pada kajian penelitian di antaranya, pertama, omzet penjualan mengalami penurunan, kedua, sulitnya jangkauan bagi konsumen dalam melakukan perbelanjaan karena tata ruang yang dinilai kurang mendukung, ketiga, berkurangnya pedagang yang berpindah pasar karena kurangnya minat menempati area relokasi. Berdasarkan permasalahan yang didapat dalam observasi penulis serta adanya inkonsisten dari penelitian terdahulu, maka penulis ingin memahami lebih mendalam adanya masalah yang terkait dalam minat beli konsumen

Jenis yang digunakan melalui *case study research* (penelitian studi kasus), dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian penulis menggunakan populasi parameter, berdasarkan populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan. Teknik pengambilan sample yang digunakan yaitu dengan teknik *non probability sampling* jenis *Accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama lokasi usaha, keberagaman produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan. Variabel lokasi usaha, keberagaman produk dan kualitas produk memiliki kontribusi sebesar 26,9% dalam menerangkan variabel minat beli konsumen.

**Kata Kunci : Lokasi Usaha, Keberagaman Produk, Kualitas Produk Dan Minat Beli Konsumen.**

## **ABSTRACT**

**NUR FAJRI MUBAROK. 2022. *The Influence of Business Location, Product Diversity, and Product Quality on Consumer Purchase Interest (Case Study In Banjarsari Emergency Market, Pekalongan City).***

*The distinctive nature of traditional markets has an important function whose existence can never be replaced by modern markets. Traditional markets are the foundation for the surrounding MSMEs as one of the sectors that have a large economic impact. Traditional markets affect how an area with a social function as a meeting place for buyers and sellers in establishing interactions and exchanging information. The identification in the research study includes, firstly, sales turnover has decreased, secondly, it is difficult for consumers to reach out for shopping because the spatial layout is considered unsupportive, third, the decrease in traders who move markets due to lack of interest in occupying the relocation area. Based on the problems obtained in the author's observations and the inconsistency of previous research, the authors want to understand more deeply the problems associated with consumer buying interest.*

*The type used is through case study research, with a quantitative approach. The author's research uses a population parameter, based on the population of this study are consumers who shop at the Banjarsari Emergency Market, Pekalongan City. The sampling technique used is the non-probability sampling technique, the type of accidental sampling. The number of samples taken in this study using Lemeshow.*

*The results showed that together the business location, product diversity, and product quality had a significant effect on consumer buying interest in the Banjarsari Emergency Market, Pekalongan City. The variables of business location, product diversity and product quality have a contribution of 26.9% in explaining the variable of consumer buying interest.*

***Keywords: Business Location, Product Diversity, Product Quality And Consumer Buying Interest.***

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul *“Pengaruh Lokasi Usaha, Keberagaman Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)”* yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini , penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
3. Bapak Dr. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
4. Bapak Muhammad Aris Safi’i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.
5. Ibu Happy Sista Devy, M.M., selaku Sekertaris Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Pekalongan.

6. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi.
7. Bapak Drajat Stiawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Akademik selama proses perkuliahan.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan, beserta staf.
9. Orang tua saya dan sahabat yang selalu mendoakan dan dukungan.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama yang berkaitan dengan skripsi ini.

Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 23 Mei 2022

Penulis



**NUR FAJRI MUBAROK**

NIM. 2013116305

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Deskripsi Teori.....	10
1. <i>Model Theory of Reasoned Action</i> (TRA) .....	10
2. Lokasi Usaha.....	11
3. Keberagaman Produk.....	15
4. Kualitas Produk.....	20
5. Minat Beli Konsumen .....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Berpikir.....	33
D. Hipotesis .....	35

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Data dan Pendekatan Penelitian .....	37
1. Jenis Data .....	37
2. Pendekatan Penelitian .....	37
B. Variabel Penelitian .....	38
1. Jenis Variabel Penelitian .....	38
2. Definisi Operasional Variabel.....	38
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	39
1. Populasi .....	39
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	39
D. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data .....	41
1. Instrumen Penelitian .....	41
2. Teknik Pengumpulan Data.....	42
E. Analisis Data .....	43
1. Uji Instrumen .....	44
2. Uji Asumsi Klasik .....	45
3. Regresi linier Berganda.....	49
4. Uji Hipotesis .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Deskripsi Data .....	54
B. Analisis Data .....	61
1. Hasil Uji Instrumen.....	61
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Analisis Regresi linier Berganda.....	71
4. Analisis Uji Hipotesis .....	73
C. Pembahasan .....	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan.....	80
B. Keterbatasan Penelitian .....	81
C. Saran.....	81

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>I</b>

## 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 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 tindividu, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tindividu 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	Sas	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De

ذ	Zal	z	zet (dengan titik dibawah)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (diatas)
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	.	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		آ = ā
إ = i	إي = ai	إِي = ī
أ = u	أو = au	أُو = ū

### 3. Ta Marbutah

*Ta Marbutah* hidup dilambangkan dengan

/t/Contoh :

مراةخميلاء      ditulis      *mar'atun jamīlah*  
*Ta Marbutah* mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطماء      ditulis      *fātimah*

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

Tindividu geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tindividu *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا	Ditulis	<i>Rabbanā</i>
البر	Ditulis	<i>al-birr</i>

### 5. Kata sindividung (artikel)

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

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>as-sayyidah</i>

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

Contoh:

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	Ditulis	<i>al-badī'</i>
الجلال	Ditulis	<i>al-jalāl</i>

## 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:

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu, 26

Tabel 3.1 Definisi Operasional, 38

Tabel 3.2 Skala Penelitian, 41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1** Surat Ijin Penelitian, I
- LAMPIRAN 2** Kuisisioner, II
- LAMPIRAN 3** Hasil Kuisisioner, VII
- LAMPIRAN 4** Uji Intrumen, Uji Asumsi, XI
- LAMPIRAN 5** Dokumentasi, XXI
- LAMPIRAN 6** Daftar Riwayat Hidup, XXIV

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian kota ditentukan pada perputaran ekonomi pada sektor perdagangan. Arus sistem perdagangan suatu kota menjadi acuan dalam menopang eksistensi perekonomian menjadi lebih maju atau bahkan mengalami penurunan. Sektor-sektor pedagang yang memengaruhi perekonomian dalam suatu kota seperti lingkungan pedesaan maupun perkotaan adalah pasar tradisional. Sifat khas pasar tradisional memiliki fungsi penting yang keberadaannya tidak pernah bisa tergantikan oleh pasar modern. Pasar tradisional menjadi tumpuan bagi UMKM di sekitarnya sebagai salah satu sektor yang memiliki dampak ekonomi yang besar.

Pasar tradisional memengaruhi bagaimana suatu area dengan fungsi sosial sebagai ruang bertemunya pembeli dan penjual dalam menjalin interaksi dan bertukar informasi. Ruang lingkup pasar akan memberikan kesan tersendiri dimata pembeli dan penjual, apakah layak untuk berjualan atau sekedar berbelanja (ditempat tersebut). Aktifitas jual beli erat kaitannya dengan area yang sudah terbentuk menjadi pasar, di mana area tersebut sudah membudaya sebagai tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang tentunya dapat menyamakan dalam kegiatan berinteraksi (Azizah, 2020).

Pasar Banjarsari merupakan induk pasar di salah satu kota yakni di Pekalongan. Pasar Banjarsari adalah pasar yang memiliki eksistensi yang cukup tinggi dibandingkan pasar lainnya, guna mempertahankan citra pasar agar

semakin baik perlu adanya pengelolaan-pengelolaan yang tepat, hal ini ditunjukkan agar situasi pasar semakin disukai oleh konsumen. Paska kebakaran yang terjadi pada 23 Februari 2018 kondisi Pasar Banjarsari masih menyisakan berbagai permasalahan. Sekitar 4.028 lapak yang terbakar membutuhkan penanganan. Meskipun Pemerintah Kota Pekalongan telah merelokasi pedagang ke lokasi sementara, yaitu di Jalan Patiunus dan di lapangan Sorogenen Pekalongan, akan tetapi proses relokasi tersebut ternyata justru menimbulkan permasalahan baru di lokasi pasar sementara tersebut. Hal tersebut dikarenakan di Lapangan Sorogenen sendiri sebelumnya sudah terdapat aktivitas perdagangan, baik pedagang kaki lima, pasar motor bekas, maupun pasar burung. Sedangkan di Jalan Patiunus, sebelumnya merupakan jalan yang ramai dilalui banyak kendaraan sehingga proses relokasi justru menciptakan kemacetan di sekitar jalan tersebut, disamping itu sudah terdapat beberapa kios pedagang (Jamil, 2020).

Pemindahan lokasi tersebut mempunyai dampak pada daya beli konsumen, baik dari konsumen lokal maupun dari luar kota. Menurut (Sari, 2020), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Menurut (Amizah, 2013), minat beli adalah kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa “*minat adalah keinginan untuk memperhatikan atau melakukan sesuatu*” (Maiti & Bidinger, 1981a). Minat beli

bertumpu pada proses keputusan pembelian yang kompleks, di mana suatu proses pembelian muncul adanya kebutuhan akan suatu produk atau merek (*need arousal*), kemudian proses informasi oleh konsumen (*consumer information processing*), selanjutnya konsumen akan mengevaluasi produk atau merek tersebut. Hasil evaluasi akan memunculkan niat atau intensi untuk membeli sebelum akhirnya konsumen benar-benar melakukan pembelian

Peneliti melakukan observasi guna memperoleh informasi dilapangan agar dapat memperkuat landasan dari kajian penelitian. Hal ini sebagaimana yang disampaikan oleh beberapa responden penulis di Pasar Banjarsari, menurut H. Asyir pemilik los *“ketika banjir area Pasar Darurat menjadi kurang mendukung untuk berjualan, dikarenakan genangan air sangat mengganggu dalam melakukan aktivitas perbelanjaan/ jual beli, sehingga menurunkan minat dalam berbelanja”*. Menurut H. Topa (pemilik toko Eny Busana) mengungkapkan bahwa *“omzet penjualan menurun drastis, dari sebelumnya Rp.8.000.000 per hari menjadi -Rp.5.000.000”*. Meskipun demikian, H. Topa tetap menempati pasar relokasi yang disediakan pemerintah tersebut. Hal ini berbeda dengan Hj. Mun yang sudah 25 tahun berjualan di Pasar Banjarsari, diungkapkan bahwa *“saya memilih tidak menempati pasar relokasi dan lebih memilih menyewa kios di Jalan Salak Sampangan karena tempat relokasi dianggap susah dijangkau pelanggan.”* Selain dari dua narasumber penulis terdapat satu narasumber lagi bernama Nazar, diungkapkan bahwa

*“saya pedagang yang baru 2 tahun berjualan di Pasar Banjarsari, tetapi tidak memilih menempati lokasi pasar sementara lantaran pelanggannya belum terlalu banyak, saya memilih menyewa kios di Jalan Salak Sampangan dengan harapan bisa mendapatkan pelanggan yang kebetulan melewati jalan tersebut.”*

Identifikasi pada kajian penelitian di antaranya, pertama, omzet penjualan mengalami penurunan, kedua, sulitnya jangkauan bagi konsumen dalam melakukan perbelanjaan karena tata ruang yang dinilai kurang mendukung, ketiga, berkurangnya pedagang yang berpindah pasar karena kurangnya minat menempati area relokasi. Selain permasalahan yang terjadi dari objek penelitian langsung berdasarkan referensi terdahulu juga terdapat inkosisten pada kajian yang mirip pada tema yang diangkat penulis, di antaranya; Pertama, penelitian dari Widyanto, M. Eko (2021) yang berjudul *“Analisis Lokasi Usaha dan Penggunaan Celebriti Endorsment Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Beli Konsumen Di Cfc Graha Mulia Plaza Desa Labruk Lor Kabupaten Lumajang”* menyebutkan bahwa secara parsial lokasi ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y) Konsumen Di Cfc Graha Mulia Plaza Desa Labruk Lor Kabupaten Lumajang. Kedua, penelitian dari Agus Salim H. N (2020) yang berjudul *“Lokasi, Kebergaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Raya Amahami (Kota Bima)”*. Menyebutkan bahwa secara parsial keberagaman produk ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli (Y) Pada Pasar Raya Amahami. Ketiga, penelitian dari Nico Rifanto Halim, D. A. I (2019) yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat*

*Beli*” menyebutkan bahwa secara parsial kualitas produk ( $X_3$ ) tidak berpengaruh terhadap minat beli ( $Y$ ).

Berdasarkan permasalahan yang didapat dalam observasi penulis serta inkonsisten penelitian terdahulu, maka penulis ingin memahami lebih mendalam adanya masalah yang terkait dalam minat beli konsumen melalui kajian berjudul “*PENGARUH LOKASI USAHA, KEBERAGAMAN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan)*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah, maka dalam penelitian ini perumusannya sebagai berikut:

1. Lokasi usaha ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan?
2. Keberagaman produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan?
3. Kualitas produk ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan?
4. Lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam skripsi ini di antaranya:

1. Untuk menjelaskan pengaruh lokasi usaha ( $X_1$ ) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan
2. Untuk menjelaskan pengaruh keberagaman produk ( $X_2$ ) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan
3. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan
4. Untuk menjelaskan pengaruh lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan.

### **D. Manfaat Penelitian**

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

1. Manfaat Teoritis

Memberikan manfaat penelitian bagi peneliti berikutnya terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan terkait dengan substansi yang sama. Mengembangkan ilmu yang diteliti dari segi teoritis yang digunakan tentunya berdasarkan penulis sebelumnya sebagai acuan penelitian, berfungsi sebagai penjelas teori yang digunakan guna memperkuat atau mengugurkan teori tersebut setelah mengetahui hasil penelitian.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi tentang substansi pembahasan mengenai kajian yang berjudul *“lokasi usaha, keberagaman produk dan kualitas produk dalam memengaruhi minat beli konsumen.”*

Selain itu penulis berharap terutama bagi:

### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang bagaimana lokasi usaha, keberagaman produk, kualitas produk dalam mempengaruhi minat beli pada konsumen

### b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan pemahaman dan informasi yang berkaitan dengan tata kelola penjualan dan pemasaran melalui minat beli pada konsumen

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat dijadikan sebagai landasan, serta memberikan acuan agar memperkuat dan memperjelas konsep pada kajian penelitian

### d. Bagi IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam ilmu tata kelola dan pemasaran, terutama terkait dengan tema kajian penelitian yang difokuskan pada variabel minat beli pada konsumen.

## **E. Sistematika Penulisan**

Guna mendapat gambaran secara utuh dan menyeluruh terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis, maka penyusunan dalam penulisannya sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada BAB ini menjelaskan tentang isu permasalahan pada tema kajian penelitian, latar belakang masalah merupakan sub bab yang menjelaskan fenomena-fenomena pada objek penelitian penulis. Penjelasan secara deskriptif diungkapkan berdasarkan pemikiran yang diperkuat melalui observasi dan wawancara dengan responden penulis.

### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada BAB ini menjelaskan tentang landasan teori yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis sebagai dasar dalam perumusan hipotesis dan analisis penelitian. Selanjutnya akan diuraikan dengan gambaran dari kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada BAB ini menjelaskan tentang jenis penelitian dan pendekatan penelitian yang difungsikan dalam menentukan sebuah instrumen penelitian. Variabel penelitian dan definisi operasional variabel difungsikan dalam mengonsep kuisisioner melalui teori yang digunakan. Penentuan populasi dan sampel, sumber data,

instrumen penelitian dan analisis data yang digunakan guna merealisasikan perumusan dalam menjawab masalah melalui teori-teori yang ada sebelumnya.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

Pada BAB ini menjelaskan tentang deskripsi data, analisis data dan pembahasan yang berisi tentang jawaban pada rumusan masalah berdasarkan kajian penelitian.

#### **BAB V : PENUTUP**

Pada BAB ini menjelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dalam hasil penelitian yang dikaji.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel lokasi usaha ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan, dengan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  tingkat nilai signifikansi sebesar  $0,009 < 0,05$
2. Secara parsial variabel keberagaman produk ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan, dengan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  tingkat nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$
3. Secara parsial variabel kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan, dengan perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  tingkat nilai signifikansi sebesar  $0,00 > 0,05$
4. Secara simultan variabel lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan

5. Variabel lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) memiliki kontribusi sebesar 26,9% dalam menerangkan variabel minat beli konsumen ( $Y$ )

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam penelitian ini hanya fokus pada tiga variabel yang diteliti yaitu lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ). Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen ( $Y$ )
2. Penelitian ini hanya meneliti lokasi usaha ( $X_1$ ), keberagaman produk ( $X_2$ ), dan kualitas produk ( $X_3$ ) bagaimana akan mempengaruhi dalam minat beli konsumen ( $Y$ ) di Pasar Darurat Banjarsari Kota Pekalongan.

## **C. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan simpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang penulis sampaikan antara lain:

- a. Bagi individu yang menjadi penjual, disarankan untuk memilih tempat usaha yang strategis dengan mempertimbangkan lokasi tempat berjualan apakah area tersebut terdapat banyak kegiatan konsumtif. Selain pada pemilihan lokasi berjualan keberagaman dan kualitas produk juga mempengaruhi daya beli konsumen, konsumen tentu akan lebih tertarik dengan pilihan yang bervariasi dan kualitas produk yang dijual bagus, hal ini tentunya dalam jangka panjang akan membentuk *branding* tersendiri bagi penjual serta mendapat ulasan yang positif dari konsumen.

- b. Bagi penelitian selanjutnya hendaknya lebih memperbanyak variabel dan memperdalam pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen agar dapat melengkapi penelitian penulis, karena masih terdapat variabel-variabel independen di luar penelitian penulis yang mungkin bisa mempengaruhi minat beli pada konsumen

## DAFTAR PUSTAKA

- Abriansyah, H. N. (2020). Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Terapung Kecamatan Sape Kabupaten Bima. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*.
- Alberto, K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa*.
- Amizah, S., Hia, Y. D., & Sari, M. K. (2013). Pengaruh mutu, harga dan kemasan terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan iv jurai kabupaten pesisir selatan. *Jurnal STKIP PGRI Sumatera Barat*.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Fakultas Syariah*.
- Brilliani, B., Kusniadji, S., & Utami, L. S. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Smartphone LG G7 ThinQ Pada Fans BTS di Jakarta Barat. *Koneksi*.
- Devi, L. kurnia intan. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. *Skripsi*.
- Dian, A. R. (2020). Pemilihan Lokasi Usaha Fotocopy Yang Baik Dengan Menggunakan Metode Factor Rating. *Fakultas Saind Dan Teknologi*.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*.
- Fenny, F., & Loisa, R. (2021). Pengaruh Endorsement oleh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Kosmetik. *Prologia*.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado E-Mail: Hendrafure@yahoo.Com*
- Handayani, W. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengelolaan Sampah Pasar Tradisional Desa Banjarsari Wetan, Kecamatan Dagangan, Kabupaten Madiun. *[Skripsi]*.
- Hardani, et al. (2020). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Yogyakarta.

*Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif.*

- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan kuantitatif&kualitatif. *Metode Penelitian Bisnis Bandung.*
- Insan, N. E., & Pujiyono, A. (2020). Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Pasar Banjarsari Kota Pekalongan Pasca Kebakaran. *Econbank: Journal of Economics and Banking.*
- Irvanto, O., & Sujana. (2020). Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan.*
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan.*
- Kurniawan, D. (2008). Regresi Linier. *Statistic.*
- Lestari, W. A., Budianto, A., & Setiawan, I. (2020). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal.*
- Macpal, H. L., & Novi, C. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha Pada Bisnis Chicken Tong. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis.*
- Maiti, & Bidinger. (1981a). KBBI. *Journal of Chemical Information and Modeling.*
- Maiti, & Bidinger. (1981b). Pengaruh Keberagaman produk dan lokasi penjualan terhadap kepuasan konsumen pada Kantin Yuank Kota Bima. *Journal of Chemical Information and Modeling.*
- Martono, N. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. In *Rajawali Pers.*
- Muh Zulkifli. (2020). ANALISIS DATA KUANTITATIF “EFEKITIVITAS METODE GRAPHOMOTOR TERHADAP KEMAMPUAN MENULIS PESERTA DIDIK.” *Al-Mujahidah.*
- Nana, D., & Elin, H. (2018). Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen. *Jurnal Ilmu Manajemen.*
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Raudhah.*
- Nasution, S. L., & Limbonong, Christine Herawati Ramadhan, D. A. (2020).

Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan Kemudahan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Journal Ecobisma*.

Nisa, Z., Riskiyanto, R., & Werdiningsih, H. (2019). Pasar banjarsari pekalongan. *DAFT*.

Norizan, E., Nordin, A. R., & Mohd. Ali, S. (2013). Analisis data kuantitatif. *Penyelidikan Dalam Pendidikan*.

Nugroho, N. T., & Utami, I. W. (2020). Pengaruh Modal, Lokasi Usaha, Dan Kondisi Tempat Berdagang Terhadap Pendapatan Pedagang. *Excellent*.

Nurhayati, S., Rismawati, S. D., & Christianto, P. A. (2018). Kajian Pra Revitalisasi Pasar Berorientasi Kesejahteraan, Kenyamanan Dan Keindahan (Kasus Revitalisasi Pasar Banjarsari Kota Pekalongan). *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*.

Pentury, T., Aulele, S. N., & Wattimena, R. (2016). Analisis Regresi Logistik Ordinal. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*.  
<https://doi.org/10.30598/barekengvol10iss1pp55-60>

Pratama, A. P., & Yoedtadi, M. G. (2021). Pengaruh Diskon 9.9 Super Shopping Day Shopee terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee. *Prologia*.  
<https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.10127>

Prathama, F., & Sahetapy, W. L. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen E-Commerce Lazada. *Jurnal Agora*.

Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang di Pasar Landungsari. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*.

RAYMANZA, R. (2020). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Kuliner Kebab Burger Turki Jambi. *Skripsi*.

Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik*. Deepublish Publisher.

Saidah, Yanuar, F., & Devianto, D. (2016). Analisis Regresi Analisis Regresi.

*Jurnal Matematika UNAND.*

- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi.*
- Silalahi, U. (2015). Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. *Journal of Visual Languages & Computing.*
- Talib, O. (2015). SPSS Analisis Kuantitatif Untuk Penyelidik Muda. *MPWS Rich Publication.*
- Unggul, U. E. S. A., & Barat, J. (2018). Analisis Regresi Data Panel. *Modul Eviews 9.*
- Utami, T. (2010). Pemberdayaan komunitas sektor informal Pedagang Kaki Lima (PKL), Suatu alternatif penanggulangan kemiskinan. *Jurnal Sosiologi Dilema.*
- Wijaya, H. O. L. (2017). Perancangan Aplikasi Pemetaan Lokasi Usaha Kecil Menengah ( Ukm ) Di Kota Lubuklinggau Berbasis Goegraphic Information System ( Gis ) Dan Location Based Service ( LBS ). *Jatisi.*
- Yudha Rahina, IB Made Suryawisesa, Anantasika, A., Negara, I. K. S., & Widowati, H. (2016). Metodologi Penelitian: Metode Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling.*
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *JOURNAL OF SCIENTIFIC COMMUNICATION (JSC).*
- Zati, M. R., Zulkarnen Mora, & Endang Terangisa BR Sinuraya. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pegawai. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan.*
- Zein, S., Yasyifa, L., Ghazi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., & Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran.*
- Zuliarni, S., & Hidayat, R. T. (2013). Analisis Faktor Pertimbangan Pebisnis Restoran Kelas Kecil Di Lingkungan Kampus Universitas Riau Dalam Pemilihan Lokasi Usah. *Jurnal Aplikasi Bisnis.*