

**PENGARUH LOKASI TOKO, HARGA PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO SEMBAKO
(Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul
Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

MOHAMMAD IRFAN

NIM 4119137

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

2024

**PENGARUH LOKASI TOKO, HARGA PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO SEMBAKO
(Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul
Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

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



Oleh :

MOHAMMAD IRFAN

NIM 4119137

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

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Irfan

NIM : 4119137

Judul Skripsi : **PENGARUH LOKASI TOKO, HARGA PRODUK
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO SEMBAKO
(Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul
Kecamatan Bojong Kabupaten 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, 02 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Mohammad Irfan

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Mohammad Irfan

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:

Nama : Mohammad Irfan

NIM : 4119137

Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sembako (Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan)**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 04 Juni 2024

Pembimbing


Syamsuddin, M.Si.

NIP. 199002022019031011



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.uingsudur.ac.id

PENGESAHAN

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

Nama : **Mohammad Irfan**
NIM : **4119137**
Judul Skripsi : **Pengaruh Lokasi Toko, Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sembako (Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Syamsuddin, M.Si.**

Telah diujikan pada hari Kamis, 27 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II

Dr. Kwat Ismanto, M.Ag
NIP. 197912052009121001

Qurrota A'yun, M.HI
NIP. 19910322 2020122 020

Pekalongan, 27 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr./Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 197501201999032001

MOTTO

“semua orang mempunyai jalan sendiri menuju kesuksesan”

M. Irfan



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 nonmateril 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 Bapak H. Nur Khalip dan Ibu Hj. Muyasaroh, yang telah memberikan segala cinta, kasih, sayang dan do'a yang tidak hentinya mengalir kepada anak-anaknya. Pencapaian ini adalah persembahan istimewa dan ini adalah salah satu cara saya untuk membanggakan kedua orang tua saya;
2. Kakak dan Adik-adik saya, terutama Kakak Salma Wilda yang telah memberikan semangat, dukungan dan motivasi sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini;
3. Keluarga tersayang yang ikut serta memberikan do'a dan dukungan;
4. Almamter saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
5. Bapak Syamsudin, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini;
6. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA);
7. Sahabat dan teman saya Nihaul khazani, Muhammad Hafid Triyadi, Sa'id Nursi, Faesal, Hamzah Aprikul, Badruddin, Ma'ruf Amin dan Yazyid Hasyim yang telah bersama-sama melewati masa perkuliahan dengan berbagai kebahagiaan, keceriaan dan memberikan kenangan yang berkesan;

ABSTRAK

MOHAMMAD IRFAN, Pengaruh Lokasi Toko, Harga Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sembako (Studi Kasus Pada Toko Sembako Beji Desa Babalan kidul, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan)

Dalam dunia bisnis saat ini ada perubahan dalam kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat pada bidang perekonomian bisnis, sehingga adanya perubahan dalam kehidupan masyarakat dengan perkembangan perekonomian bisnis. Perkembangan dalam perekonomian tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap masyarakat dengan membuka suatu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko sembako, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Tujuan ini untuk mengetahui apakah lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner). Sampel pada penelitian ini ialah konsumen toko sembako beji sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kemudian, hasil penelitian ini juga menunjukkan lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Lokasi Toko, Harga Produk, Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

MOHAMMAD IRFAN, The Influence of Location Grocery Store, Price Product and Product Quality on Consumer Satisfaction at Grocery Stores (Case Study at Beji Grocery Store, Babalan Kidul Village, Bojong District, Pekalongan Regency)

In the business world today there are quite rapid changes in progress and development in the field of business economics, so that there are changes in people's lives with the development of the business economy. These developments in the economy have had a positive influence on society by opening a business that operates in the retail trade sector in the form of grocery stores, minimarkets, supermarkets and others. This aim is to find out whether location, price and product quality influence consumer satisfaction.

This research is a type of survey research with a quantitative approach. The data collection method in this research is the questionnaire method. The sample in this study was 96 Beji grocery store consumers. The sampling technique uses the accidental sampling method. This research uses multiple linear regression data analysis methods and hypothesis testing with the help of SPSS version 29.

The results of this research show that location, price and product quality have a positive effect on consumer satisfaction. Then, the results of this research also show that location, price and product quality simultaneously have a positive effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Location Grocery Store, Price Product, Product Quality and Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah-satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi, akan sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
3. Bapak Dr. Tamammudin, M.M., selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
5. Ibu Happy Sista Devy, S.E, M.M., selaku Sekertaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan;
6. Bapak Syamsudin, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
7. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag., selaku dosen pembimbing akademik (DPA);
8. Seluruh Dosen dan jajaran staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah membantu penulis selama melakukan studi;
9. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan materil 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, 02 Juni 2024



Penulis



DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka	18
C. Kerangka Berpikir	27
D. Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Pendekatan Penelitian.....	31
C. Setting Penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel.....	31
E. Sumber Data	33
F. Variabel Penelitian	33
G. Teknik Pengumpulan Data	36
H. Metode Analisis Data	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian.....	40
B. Analisis Statistik Data Penelitian	42
C. Pembahasan	52
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Keterbatasan Penelitian	58
C. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab – Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158/1977 dan No.0543 b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang dipandang susah diserap dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Berikut daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	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	`	koma terbalik (di atas)
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
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

3. Ta' marbutah

- Ta'marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *raudahtul atfāl*

- Ta'marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh: طَلْحَةٌ ditulis *ṭalhah*

- Jika kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti kata yang menggunakan kata sandang al dan kedua kata tersebut dibaca terpisah, maka ta' marbutah ditransliterasikan dengan "h".

Contoh: الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ ditulis *al-madīnatul munawwarah*

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan pengulangan huruf (konsonan rangkap) bertanda syaddah (ّ).

Contoh:

- نَزَّلَ ditulis *nazzala*
- الْبِرُّ ditulis *al-birru*

5. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah ditransliterasikan menurut bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang.

Contoh: الشَّمْسُ ditulis *asy-syamsu*

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan menurut kaidah-kaidah yang telah diuraikan di atas dan menurut bunyinya.

Contoh: الْقَمَرُ ditulis *al qamaru*

6. Hamzah

Transliterasi hamzah dengan apostrof hanya berlaku untuk hamzah di tengah dan di akhir kata. Sedangkan hamzah yang letaknya di awal kata disimbolkan, karena dalam tulisan arab adalah alif.

Contoh:

- شَيْءٌ ditulis *syai'un*
- النَّوْءُ ditulis *an-nau'u*
- إِنْ ditulis *inna*

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Repeat Pembelian di Toko Beji ..	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Instrumen	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Lokasi	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas Variabel Harga	44
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Konsumen.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikornelitas	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.14 Hasil Uji t Parsial.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji f Simultan	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien	51

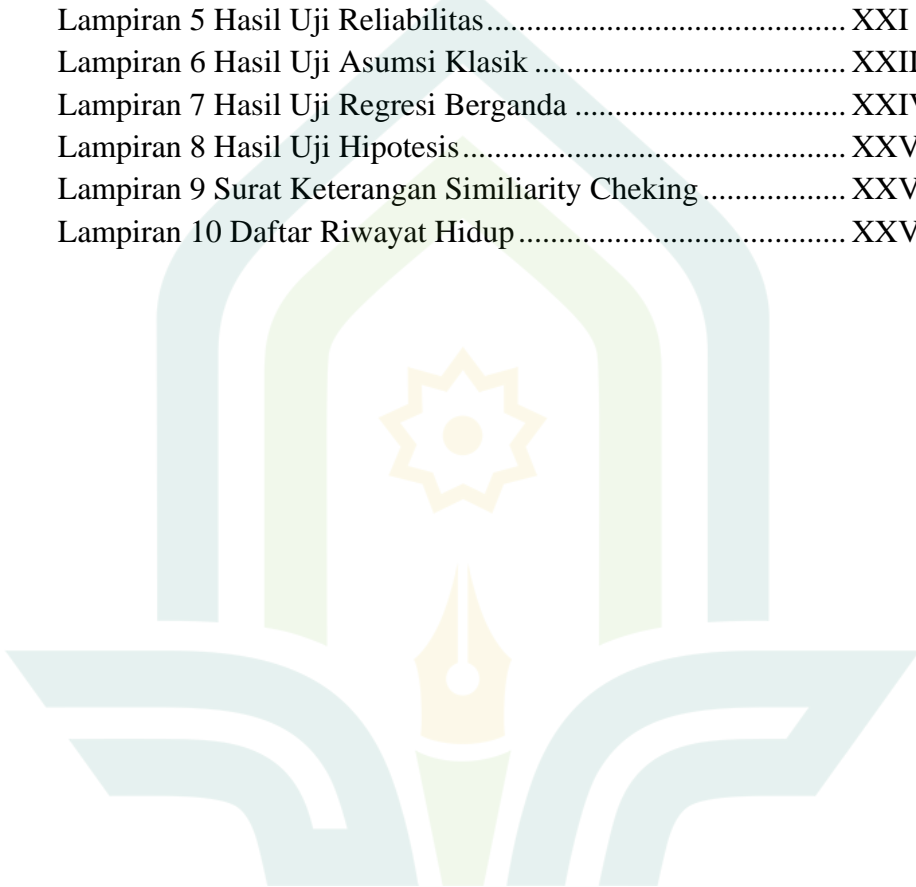
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	27
------------------------------------	----



LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	I
Lampiran 2 Kuesioner	II
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden.....	VI
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	XVII
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	XXI
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	XXII
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda	XXIV
Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis.....	XXV
Lampiran 9 Surat Keterangan Similiarity Cheking	XXVI
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	XXVII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti ini perkembangan dalam dunia usaha semakin tidak dapat diprediksi, banyak macam usaha dalam bidang perdagangan yang saling bersaing satu sama lain untuk mendapatkan konsumen. Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia merupakan salah satu dari fenomena yang cukup menarik, terlebih dalam bidang ekonomi yang semakin membuka banyak peluang usaha. Pemilik usaha biasanya mendirikan usaha tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan agar mencapai laba maksimal. Pada setiap usaha harus bisa menghasilkan dan menyampaikan jasa atau barang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan para konsumennya (Tania et al., 2022).

Dalam dunia bisnis saat ini ada perubahan dalam kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat pada bidang perekonomian bisnis, sehingga adanya perubahan dalam kehidupan masyarakat dengan perkembangan perekonomian bisnis. Perkembangan dalam perekonomian tersebut memberikan pengaruh yang positif terhadap masyarakat dengan membuka suatu usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko sembako, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Sejalan dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi tersebut banyak usaha yang bermunculan terutama dalam bisnis ritel (*retailing*). Agar suatu usaha ritel dapat terus dan memenangkan persaingan, maka dituntut untuk mengadakan perbaikan dan peningkatan di bidang pemasaran. Persaingan bisnis ritel yang semakin kompetitif, diperlukan adanya strategi bisnis yang baik. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing usaha adalah mengetahui strategi bauran pemasaran terutama faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Cynthia et al., 2022).

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan tentang persaingan, terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّئُهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ أَيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ
جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ١٤٨

Artinya: “Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (padaharikiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Baqarah: 148)

Dalam Hadits juga dijelaskan persaingan dalam berbisnis “Dari Ibnu Abbas, ia berkata: Rasulullah SAW telah melarang untuk melakukan jual beli yang licik (menipu)”. Berdasarkan ayat dan hadits diatas dengan jelas bahwa sebagai pengusaha untuk bersegera dan bergegas dalam melakukan kebaikan mendorong manusia untuk saling bersaing dan berlomba-lomba dalam melakukan kebaikan. Sikap ini akan melahirkan persaingan dalam kebaikan. Persaingan ini sering disebut persaingan positif (fastabiqul khairat). Al-Qur’an menganjurkan para pengusaha memberi kebaikan disegala hal, sebagai pengusaha muslim dianjurkan untuk memberikan kontribusi yang baik dalam persaingannya dan berusaha menghadapi persaingan dengan tidak merugikan atau memudhratkan orang lain. Selain itu para pengusaha harus berprinsip bahwa persaingan bukanlah usaha untuk menjatuhkan pengusaha lainnya melainkan sebagai suatu usaha untuk memberikan yang terbaik dalam usahanya. Dengan berprinsip demikian para pesaing tidak menjadikan dirinya serakah, dengan berlomba-lomba untuk mendapatkan keuntungan duniawi sebanyak- banyaknya. Karena sikap demikian akan menjadikan manusia lalai dan lengah (Nashiruddin, 2020).

Pada persaingan usaha seperti ini, keberhasilan usaha banyak ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan peluang yang ada. Karena banyak sekali pemilik usaha yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara

memanfaatkan peluang usaha yang menerapkan strategi pemasaran yang tepat terutama pada pemilihan lokasi. Lokasi yang tepat juga menjadikan modal agar mencapai tujuan usaha. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target pasar merupakan salah satu strategi bisnis, selain itu juga memudahkan konsumen untuk menuju lokasi usaha (Tania et al., 2022). Berdasarkan penelitian Agus Supandi Soegoto (Bailia et al., 2019) bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Alvia Putri Latifa (Putri, 2021) bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut (Rohiman et al., 2022), harga memainkan peranan penting dalam bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Bagi perusahaan, dalam menetapkan harga harus sesuai dengan perekonomian konsumen agar para konsumen bisa membeli barang tersebut. Dan bagi konsumen, harga adalah suatu pertimbangan untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu barang dan juga merupakan persepsi mengenai produk tersebut (Rohiman et al., 2022). Berdasarkan penelitian Ahmad Izzudin (Cynthia et al., 2022) bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Rosmayani Harahap (Harahap, 2022) bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu faktor internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal. Faktor internal perusahaan meliputi tujuan pemasaran perusahaan, strategi bauran pemasaran, biaya, dan organisasi. Sedangkan faktor lingkungan eksternal menyangkut persaingan dan sifat pasar serta permintaan. Penetapan harga memegang peranan penting dalam mempengaruhi selera dan preferensi pelanggan atau konsumen. Penetapan harga sendiri didasarkan pada pertimbangan, daya beli pelanggan yaitu kemampuan dan kemauan pelanggan untuk membeli, gaya hidup pelanggan yakni menyangkut apakah

produk tersebut merupakan simbol status atau hanya produk yang digunakan sehari-hari (Noviyanti et al., 2021).

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk ini juga merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang dapat diandalkan dalam mengembangkan suatu keberhasilan untuk menghasilkan produk yang unggul, dengan kualitas yang baik dan terjamin maka produk akan senantiasa menjadi pelanggan yang loyal terhadap produk kita, sehingga akan menimbulkan kepuasan konsumen terhadap kualitas produk. (Harahap, 2022). Berdasarkan penelitian Rosmayani Harahap (Harahap, 2022) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil penelitian Nissa'ul Kafifah (Kafifah & Hastuti, 2023) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Dengan demikian kepuasan konsumen akan timbul dengan sendirinya bila produk yang di jual oleh perusahaan sesuai atau bahkan melampaui harapan yang diinginkan oleh konsumen. faktor yang membentuk kepuasan konsumen antara lain harga yang ditawarkan, kualitas produk yang di jual serta lokasi berdirinya perusahaan tersebut yang mudah di jangkau oleh para konsumen, kemudahan-kemudahan inilah yang di harapkan oleh para konsumen untuk mendapatkan barang atau produk yang di butuhkan. Salah satu manfaat terciptanya kepuasan pelanggan adalah hubungan antar perusahaan dengan konsumen atau pelanggan menjadi harmonis selain itu juga lebih dekat lagi dengan pelanggan, memberikan rasa dasar yang baik bagi konsumen atau pembeli untuk membeli ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan (Putri, 2021).

Toko sembako merupakan toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Sembilan bahan pokok atau lebih dikenal dengan sembako, merupakan jenis usaha yang dibutuhkan siapapun. Kebutuhan masyarakat akan toko sembako yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan dekat dengan

lingkungan tempat tinggal. Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum dibutuhkan masyarakat Indonesia yaitu kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayur, gula, minyak goreng, gas elpiji, dll. Kegiatan sehari-hari dalam masyarakat tidak bisa dipisahkan dari kegiatan perdagangan, atau kegiatan jual-beli untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transformasi industri ritel secara signifikan berdampak pada kegiatan operasinya, dimana diperlukan tindakan operasional yang lebih efisien dan optimalisasi sumber daya yang ada dalam toko (Sudarnaya, 2022).

Salah satu fenomena yang menarik untuk saat ini adalah banyak bermunculan pesaing bisnis terutama dalam bisnis retail seperti menjual kebutuhan pokok manusia, salah satu contohnya adalah keberadaan Toko Sembako Beji yang berada Desa Babalan kidul, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan (Cynthia et al., 2022). Dimana lokasi tokonya bersebelahan dengan minimarket (alfamart), minimarket sendiri menjual produk yang lebih bervariasi dan umumnya memiliki standar kebersihan, kerapian yang lebih baik dalam tata letak produk, biasanya memiliki sistem yang efisien dan layanan yang lebih cepat. Namun Toko Sembako Beji ini juga memiliki ciri khas yang berbeda dengan pesaing bisnis ritel yang lain karena Toko Sembako Beji juga memiliki tata letak ruang yang luas, rapi, dan nyaman untuk penempatan produk-produknya. Keberadaan toko sembako yang berdekatan dengan minimarket yang kemungkinan besar menyebabkan konsumen akan memilih berbelanja di minimarket karena tempatnya yang bagus dan terang serta mengadakan diskon setiap bulannya. Namun masih banyak dari beberapa konsumen yang lebih memilih berbelanja di toko sembako ini karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau dibandingkan dengan minimarket (Maryana, 2022).

Berdasarkan data dari Asosiasi Pedagang Kaki Lima Indonesia (APKLI), pada tahun 2019, terdapat 23.000 toko modern di Indonesia, mengakibatkan 3.500 pasar tradisional

tutup karena kalah bersaing. Keberadaan minimarket dapat mematikan 20-50 toko kelontong kecil, sedangkan satu supermarket dapat mematikan hingga 200 toko kelontong, sedangkan hypermarket hingga 500 toko kelontong. Diantara jenis toko modern tersebut, yang paling memberikan dampak negatif adalah keberadaan minimarket. Penyebarannya telah mencapai daerah-daerah pinggiran kota. Menurut AC Nielsen, pada tahun 2010 jumlah minimarket di Indonesia mencapai 18.727 unit. Jumlah minimarket yang semakin bertambah dari tahun ke tahun menyebabkan persaingan yang ketat. Sehingga keberadaan pedagang kios tradisional semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat ini (APKLI, 2022). Desa Babalankidul merupakan salah satu Desa di Kabupaten Pekalongan yang terletak di Kecamatan Bojong. Desa tersebut memiliki wilayah pedukuhan diantaranya meliputi Jembangan, Ngerditan, Kemandungan dan Wates dengan jumlah penduduk kurang lebih 1992 jiwa. Dengan jumlah penduduk yang banyak membuat banyak orang berprofesi sebagai wirausaha, salah satunya adalah Toko Sembako Beji, dengan banyaknya wirausahawan yang membuka usaha yang serupa seperti minimarket membuat persaingan dagang semakin ketat. Untuk jumlah minimarket di Kecamatan Bojong sendiri berjumlah kurang lebih 10 minimarket, namun satu diantaranya di tutup/disegel karena lokasinya tidak jauh dari pasar tradisional.

Salah satu cara untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya, faktor yang membuat konsumen merasa puas yaitu diantaranya harga, lokasi dan kualitas produk. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik meneliti di Toko Sembako Beji karena sebagai salah satu Toko Sembako yang cukup besar dan banyak di minati para konsumen sehingga

peneliti memfokuskan penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi Toko, Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Sembako (Studi Kasus Toko Beji Di Desa Babalan Kidul, Kecamatan Bojong, Kabupaten Pekalongan)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi toko berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji?
2. Apakah harga produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji?
4. Apakah lokasi toko, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi toko secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji
2. Untuk menganalisis pengaruh harga produk berpengaruh secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara persial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji
4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi toko, harga produk, dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini dapat memperbanyak pengetahuan umum dan khusus berkenaan pengaruh lokasi,

harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji di Desa Babalankidul Kecamatan Bojong Kabupaten Pekalongan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain:

- a. Bagi peneliti, mampu membagikan wawasan dan bermanfaat untuk orang lain yang membaca.
- b. Bagi perusahaan, manfaat bagi perusahaan adalah berkontribusi dibidang pemasaran untuk meningkatkan penjualan perusahaan terkait.
- c. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan akademisi khususnya mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terkait kesadaran dalam membeli produk pada Toko Sembako Beji.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasa Pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Sembako Beji agar penulisan proposal ini terstruktur rapi dan dapat dimengerti, sehingga penelitian proposal ini memiliki sistematika yang dibagi menjadi lima bab, antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA

Memuat uraian tentang landasan teori dan telaah pustaka yang relevan dan berkaitan dengan tema skripsi.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti beserta alasannya, pendekatan penelitian dan sampel, sumber data, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian, Bahasa yang disesuaikan dengan rumusan masalah atau focus penelitian. Pembahasan, dimana merupakan penjabaran hasil penelitian dan keterkaitannya dengan landasan teori yang digunakan, dapat disusun secara sub Bahasa satu dengan yang lain secara terpisah atau dapat digabungkan menjadi kesatuan.

BAB V PENUTUP

Berisi mengenai uraian kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditunjukkan kepada pihak terkait.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh variabel lokasi, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial lokasi toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji.
3. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji.
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan lokasi toko, harga produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah hanya menggunakan tiga variabel yaitu lokasi, harga, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Namun sebenarnya masih banyak variabel lain yang secara teori dapat berdampak pada kepuasan konsumen.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan:

1. Bagi Toko Sembako Beji diharapkan selalu memperhatikan harga, seperti menyesuaikan harga dengan kualitas produk dan memberikan potongan harga langsung kepada konsumen, sehingga dengan demikian kepuasan konsumen akan meningkat. Selanjutnya Toko Sembako Beji agar selalu memperhatikan dan mempertahankan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti mengenai lokasi, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko sembako beji, ada baiknya menambah variabel-variabel independen lainnya untuk menjadikan penelitian selanjutnya lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Amri, R. C., Lidiya, W., & Safriansyah. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Grosir Sembako Toko Ada Harapan. *Jurmek*, 27(2), 27–41.
- Awang, M. Y., Peny, T. L. L., Maruli, E., & Anigomang, F. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Wong Jowo Kalabahi di Kabupaten Alor*. 8(July), 1–23.
- Bailia, J. F. T., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Banurea, S. A., & Aisyah, S. (2022). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Kantin UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Blisnis Dan Sosial*, 2(4), 555–560. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/146/105>
- Chabachib, M., & Abdurahman, M. I. (2020). *eterminan Nilai Perusahaan denngan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi*.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Dani, E. R., Safri, H. S., & Hendry, R. S. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Belanja Kebutuhan Di Grosir Sembako Ibu Ervina Kelurahan Aek Paing Tengah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 1810–1823. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.7246>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi*

Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Geupedia.

- Elly, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
<http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR%0APENGARUH>
- Habibah, S., & Astuti, S. (2018). *Pengaruh Modal Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pedagang Pasar Sentral Watampone)*. 1(1), 1–9.
- Harahap, R. (2022). *Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Desa Rokan Baru Kecamatan Halongonan Kabupaten Padang Lawas*
- Kafifah, N., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Sembako Sumber Mulya Gondang. *Jurnal Economina*, 2(10), 2898–2908.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.912>
- Lie, D., Butarbutar, M., Simatupang, S., Efendi, E., Damanik, H. A., & Silaen, M. F. (2021). Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Kopi Baravi Pematangsiantar. *Strategic: Journal of Management Sciences*, 1(2), 32.
<https://doi.org/10.37403/strategic.v1i2.19>
- Meutia, R., & Andiny, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Langsa Lama. *Niagaawan*, 8(2), 121. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i2.14261>
- Mirawati, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masyarakat Pada WYD (Wear Your Design) Distro Palangka Raya*. 195.
- Nashiruddin, M. (2020). *Persaingan Usaha Dalam Islam*. 20–39.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 4(1), 43–54.
<https://doi.org/10.32500/jematech.v4i1.1447>

- Pratiwi, K. F. & N. D. (2021). *469676-None-C9314916*. 2(2), 603–612.
- Purwanto, E., Bachtiar, D., Septiani, K. M., Ridhwan, N., Deviny, J., Dahlan, K. S. S., Susanto, D. A., & Marey, D. R. E. (2020). Technology Adoption A Conceptual Framework. In *Yayasan Pendidikan Philadelphia*.
- Putri, L. U. A. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Kelontong Janti Kencana Girimarto. *Hubisintek 2021*, 2(1), 875–880.
- Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 141. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Sudarnaya, K. (2022). *Analisis Umkm Toko Sembako JANS77*. 1(1), 39–43.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Bisnis* (Keempat). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D Edisi Kedua*. Alfabeta.
- Syahidin, S., & Adnan, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal of Economics Review*, 4(1), 20–32. <https://doi.org/10.55542/gpjer.v4i1.209>
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PERPUSTAKAAN

Jalan Pahlawan Km. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
www.perpustakaan.uingusdur.ac.id email: perpustakaan@uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Mohammad Irfan
NIM : 4119137
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH
E-mail address : irfanbojong12@gmail.com
No. Hp : 085773168655

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH LOKASI TOKO, HARGA PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA TOKO SEMBAKO
(Studi Kasus Toko Sembako Beji Desa Babalankidul Kecamatan Bojong
Kabupaten Pekalongan)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 15 Juli 2024



MOHAMMAD IRFAN
NIM. 4119137

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam file softcopy /CD