

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAGING AYAM DI PASAR LEMABANG PALEMBANG**



SKRIPSI SARJANA S1

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

Oleh :

MARDIAH

642015042

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syari'ah

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2019

Palembang, 15 Februari 2019

Kepada Yth,

Hal: Pengantar Skripsi

Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamu 'alaikum Wr Wb

Setelah kami periksa dan Diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam di Pasar Lemabang Palembang**”, ditulis oleh Saudari Mardiah telah dapat diajukan sidang Munaqosyah Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian Terima Kasih

wassalamu 'alaikum Wr Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr.Purmansyah Ariadi, S.Ag.,M.Hum
NBM/NIDN:731454/0215126902



Rina Dwi Wulandari,S.E.,M.Si
NBM/NIDN:1152552/0211048702

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAGING AYAM DI PASAR LEMABANG PALEMBANG**

Yang dituliseleh Saudari MARDIAH, NIM. 642015042

Telah dimunaqosahkan dan dipertahankan

Di depan panitia penguji skripsi

Pada tanggal 26 Februari 2019

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 26 Februari 2019

Universitas Muhammadiyah Palembang

Fakultas Agama Islam

Panitia Penguji Skripsi

Ketua,



AzwarHadi, S.Ag.,M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101

Penguji I,



Dr. Antoni, M.H.I
NBM/NIDN: 748955/0214046502

Sekretaris,



Dra. Nurhuda, M.Pd.I
NBM/NIDN: 995865/0205116901

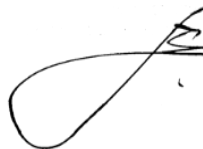
Penguji II,



Hendri Nur Alam, S.E. M.Si
NBM/NIDN: 1231101/0222108202

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Drs. Abu Hanifah, M.Hum
NBM/NIDN: 618325/0210086901

Motto : “ilmu pengetahuan tanpa agama lumpuh, agama tanpa ilmu pengetahuan buta “

“ Allah mengangkat orang-orang beriman di antara kamu dan juga orang-orang yang dikaruniai ilmu pengetahuan hingga beberapa derajat”. (QS. Al Mujadalah : 11)

Dengan segala kerendahan hati,

Ananda persembahkan skripsi ini kepada :

Ayahanda Mustain(Alm) Ibunda Taronah tercinta

*Kakak-kakak ku (Bardi, Maswajang, Sunariyadi, Agus Salim,
Habibi, Siti Kosiah, Habibah, dan Hanifah)*

Para pendidikku yang ku hormati

Seseorang yang kelak akan mendampingiku,

Kekasihku Rolan Kurniawan yang selalu memberi semangat

*Sahabat-sahabatku yang kusayangi (Disha, Ari, Mila, anyun,
shintya, mery, adelia, santa)*

Teman-teman seperjuangan

Dan Almamater

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Mardiah

Nim : 642015042

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Agama Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah asli hasil karya atau laporan penelitian yang saya lakukan sendiri dan bukan merupakan plagiat dari hasil karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam penelitian ini dan tertulis dalam acuan daftar pustaka.

Palembang, 27 Februari 2019



NIM: 642015042

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam di Pasar Lemabang Palembang”. Peneliti tertarik meneliti masalah ini karena untuk mengetahui kepuasan konsumen di pasar lemabang palembang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan jual beli di pasar Lemabang Palembang dan bagaimana kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar lemabang palembang serta faktor-faktor pendorong dan penghambat kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar lemabang palembang.

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana pelaksanaan jual beli dan kepuasan konsumen di pasar Lemabang Palembang serta faktor pendorong dan penghambat kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar lemabang palembang. Dengan jumlah responden 30 konsumen yang melakukan pembelian daging ayam di pasar lemabang palembang. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara dan angket. Dalam teknik penulisan ini menggunakan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki, sedangkan perbedaan kualitatif adalah bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata lisan dan perilaku mereka yang diamati.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut telah diperoleh suatu kesimpulan pelaksanaan jual beli di pasar Lemabang Palembang di lakukan secara langsung. Konsumen merasa cukup puas karena terus menerus melakukan pembelian ulang daging ayam di pasar lemabang palembang. Bahkan sudah ada yang menjadi pelanggan dalam waktu yang cukup lama. Kualitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, dimana konsumen akan melakukan pembelian jika kualitas daging ayam yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen. Faktor harga memberikan pengaruh yang terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap daging ayam di pasar lemabang palembang. Semakin cocok harga yang ditawarkan oleh pedagang terhadap konsumen, maka semakin kuat keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen terhadap daging ayam.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam. Karena atas nikmat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam di Pasar Lemabang Palembang”.

Skripsi ini merupakan tugas dan kewajiban yang harus ditempuh penulis guna melengkapi syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi. Dalam penulisan skripsi ini mungkin masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan secara teknik maupun teori. Namun, penulis telah berusaha memberikan yang terbaik agar skripsi ini dapat memberikan fadhilah bagi penulis serta pembaca. Dan atas kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini, penulis meminta maaf serta pembaca dapat memakluminya.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, dukungan, bimbingan, petunjuk, nasehat serta informasi. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

- Bapak Dr Abid Djazuli, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
- Bapak Drs. Abu Hanifah, M.Hum Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang

- Bapak Rijalush Shalihin, S.E.I., M.H.I Kaprodi Ekonomi Syari'ah Universitas Muhammadiyah Palembang
- Bapak Drs.Ruskam Suaidi, M.H.I, selaku pembimbing Akademik
- Bapak Dr. Purmansyah Ariadi, S.Ag.,M.Hum selaku pembimbing ke 1 dalam penulisan skripsi
- Ibu Rina Dwi Wulandari, S.E.,M.Si selaku pembimbing ke 2 dalam penulisan skripsi
- Bapak dan Ibu dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang
- Ayahanda Mustain(Alm) Ibunda Taronah tercinta
- Kakak-kakak ku (Bardi, Maswajang, Sunariyadi, Agus Salim, Habibi, Siti Kosiah, Habibah, dan Hanifah)
- Kekasihku Rolan Kurniawan yang selalu memberi semangat
- Sahabat-sahabatku yang kusayangi Disha, Ari, Mila, anyun, shintya, mery, adelia, santa,satria,ocha yang selalu mensupport dalam mengerjakan skripsi ini
- Rekan-rekan seperjuangan Ekonomi Syari'ah angkatan 2015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional.....	7
F. Metode Penelitian.....	8
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
A. Penelitian Sebelumnya.....	14
B. Landasan Teori.....	19
1. Kepuasan Konsumen.....	19
2. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	24
3. Keputusan Pembelian.....	26
4. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	27
5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
6. Proses Keputusan Pembelian Pelanggan.....	34
BAB III DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	37
A. Sejarah Pasar Lemabang Palembang.....	37

BAB IV ANALISIS DATA.....	42
1. Pelaksanaan Jual Beli Di Pasar Lemabang Palembang.....	42
2. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Pasar Lemabang Palembang.....	43
3. Faktor-Faktor Pendorong dan Penghambat Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Di Pasar Lemabang Palembang.....	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk atau jasa terhadap hasil ekspektasi mereka.¹ Kepuasan konsumen hanya dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya. Penentuan harga dalam penjualan daging ayam sangat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli daging ayam di suatu pedagang, serta pelayanan yang baik sering dinilai oleh konsumen secara langsung dari penjual sebagai orang yang melayani, karena ini diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Fenomena yang terjadi di pasar lelabang pada umumnya konsumen ingin daging ayam dengan harga murah dengan kualitas baik secara cita rasa yang bermutu, sumber informasi digunakan konsumen untuk mengetahui kondisi daging ayam terkini, seperti kadaan harga daging ayam di pasaran serta informasi seputar isu-isu tentang daging ayam yang sudah lama atau sudak busuk. Sumber informasi dapat berasal dari teman, keluarga, maupun media sosial.

¹ Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009. Hal. 139

Kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar lelabang harus memenuhi criteria-kriteria persyaratan yang diantaranya memenuhi kualitas yang baik, segar, harga masih terjangkau dan informasi paling baru dari daging ayam.

Kegiatan usaha perdagangan dapat dilakukan dengan perseorangan maupun persekutuan. Usaha perdagangan yang dilakukan baik dalam skala bear maupun kecil, serta melalui sistem penjualan grosir maupun retail erupakan perwujudan dari adanya kegiatan untuk memenuhi kebutuhanhidup sehari-hari yang dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti kegiatan jual beli.²

Ilmu ekonomi merupakan suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa dan mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan dimasa datang, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.³

Pasal 1 Angka 2 Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern menyebutkan bahwa:

usaha perdagangan dapat dibagi menjadi dua macam berdasarkan pihak yang mengelolanya, yaitu:

²<https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/badan-usaha/perusahaan-persekutuan> diakses 20 oktober 2018

³ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Jakarta, Rajawali Pers, 2015, hlm 9

1. Usaha perdagangan yang dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Usaha perdagangan ini berupa pasar tradisional, dimana instansi pemerintah tersebut berkerja sama dengan swasta dengan menyediakan lokasi dan menyewakan tempat penjualan berupa los, kios, toko, dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil, swadaya masyarakat maupun koperasi usaha kecil yang bergerak dengan modal kecil dan dengan proses jual beli melalui tawar menawar.⁴
2. Usaha perdagangan yang dikelola oleh swasta. Usaha perdagangan ini berupa pusat perbelanjaan yang disewakan kepada para pelaku usaha, toko mandiri yang pada umumnya dijadikan usaha kecil atau menengah, berupa toko modern seperti supermarket, hypermarket dan minimarket.

Perdagangan atau perniagaan adalah kegiatan tukar menukar barang atau jasa atau keduanya yang berdasarkan kesepakatan bersama bukan pemaksaan. Pada masa awal sebelum uang ditemukan, tukar menukar barang dinamakan barter yaitu menukar barang dengan barang. Pada masa modern perdagangan dilakukan dengan penukaran uang. Setiap barang dinilai dengan sejumlah uang. Pembeli akan menukar barang atau jasa dengan sejumlah uang yang diinginkan penjual. Dalam perdagangan ada orang yang membuat yang disebut produsen. Kejadiannya bernama produksi. Jadi, produksi adalah kegiatan membuat suatu barang. Ada juga

⁴ <https://www.hukumonline.com/pusatdata/>

yang disebut distribusi. Distribusi adalah kegiatan mengantar barang dari produsen ke konsumen. Konsumen adalah orang yang membeli barang. Konsumsi adalah kegiatan menggunakan barang dari hasil produksi.⁵

Bertambahnya penduduk di Indonesia dan adanya kesadaran yang tinggi dari masyarakat tentang pemenuhan gizi bagi tubuhnya serta dukungan dari perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin maju, oleh karena itu perlu peningkatan terhadap sumber gizi salah satunya adalah bahan makanan yang mengandung protein hewani yang berasal dari ayam yang berupa daging.

Daging ayam merupakan jenis makanan bergizi yang populer di kalangan masyarakat yang bermanfaat sebagai sumber protein hewani. Hal ini disebabkan daging ayam merupakan salah satu bentuk makanan yang mudah diperoleh dan ,mudah pula cara pengelolannya. Hal ini menjadikan daging ayam merupakan jenis bahan makanan yang selalu dibutuhkan dan dikonsumsi secara luas oleh masyarakat, sehingga kebutuhan daging ayam juga akan terus meningkat.

Terdapat berbagai jenis daging ayam yang dikonsumsi masyarakat diantaranya Ayam Buras (Non-Perebred Chicken), Ayam Ras Pedaging (Broiler Chicken), serta Ayam Ras Petelur (Laying Pullet Chicken). Masyarakat dalam mengkonsumsi daging ayam selalu memilih diantara tiga jenis daging ayam tersebut yang tersedia dipasaran. Perbedaan dari cita rasa dan harga merupakan salah satu pertimbangan masyarakat dalam

⁵ <https://id.m.wikipedia.org>

mengonsumsi daging ayam. Salah satu daging ayam yang digemari masyarakat adalah daging Ayam Ras Pedaging (Broiler Chicken).

Konsumen mempunyai karakteristik yang berbeda-beda yang membuat setiap pengambilan keputusan melakukan pembelian daging ayam menjadi bervariasi ada yang membeli di pasar modern dan ada yang membeli di pasar tradisional.

Perkembangan dan penambahan pelanggan dan upaya dari pedagang daging ayam untuk mempertahankan pelanggannya inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAGING AYAM DI PASAR LEMABANG PALEMBANG**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pokok masalah untuk penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan jual beli daging ayam di pasar lemabang?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang?
3. Apakah faktor-faktor pendorong dan penghambat kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pelaksanaan jual beli daging ayam di pasar lemabang
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di Pasar Lemabang Palembang
3. Untuk mengetahui faktor-faktor pendorong dan penghambat kepuasan konsumen terhadap pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi penulis

Dapat memberikan pemahaman kepada penulis mengenai faktor faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang.

2. Bagi fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai analisis kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang, dengan demikian penelitian ini diharapkan dapat digunakan pembaca sebagai tambahan informasi dan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian serupa.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan informasi bagi masyarakat dalam melakukan pembelian daging ayam.

E. DEFINISI OPERASIONAL

Agar peneliti ini lebih terarah kepada permasalahan yang akan di bahas (diteliti), maka perlu adanya batasan-batasan serta lingkup pembahasan melalui definisi operasional sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen

Wilki mendefinisikan Kepuasan Konsumen adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan menurut Kolter, et., mendefinisikan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil kerja) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya.⁶

Kepuasan pelanggan perlu diperhatikan karena berdampak pada respons konsumen selanjutnya. Konsumen yang puas kemungkinan akan membeli serta memberikan suara-suara positif tentang produk. Ini pula yang menjadi kunci loyalitas. Konsumen yang tidak puas, tindakannya bisa berupa mengeluh, menghentikan pembelian, memperingatkan teman, mengeluh kepada yang berwenang dan mengambil tindakan hukum.⁷

2. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk.

⁶ Fandy Tjiptana, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset: Yogyakarta, 2008, hal 24

⁷ Bilsom Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2003 hal 18

Setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produknya.

Menurut Kotler keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang di kenal oleh masyarakat.⁸

F. METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai tujuan. Sedangkan penelitian adalah pemikiran yang sistematis mengenai berbagai jenis masalah yang pemahamannya memerlukan pengumpulan dan penafsiran fakta-fakta.

Untuk memperoleh dan membahas data dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Jenis penelitian

Adapun jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskriptif atau gambaran mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, serta berhubungan antara fenomenal yang diselidiki. Sedangkan penelitian kualitatif adalah bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dan

⁸ Sciffman, Leon G.& Leslie L. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 Edisi Milenium: jakarta 2002

perilaku mereka yang di amati. Penelitian ini juga menggunakan penelitian pustaka sebagai bahan tambahan dalam menyusun karya ilmiah.

2. Sumber data

Sumber data adalah subjek dari data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukur atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun sumber data primernya diperoleh dari pasar Lemabang Palembang.⁹
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung dari subjek penelitiannya. Menggunakan data ini sebagai data pendukung yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data sekunder yang dipakai oleh penulis adalah beberapa sumber yang relevan dengan penelitian yang dilakukan, antara lain buku-buku yang berkaitan tentang Analisis kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam dipasar Lemabang Palembang dan literature-literature lainnya yang mendukung.¹⁰

⁹ Nawawai Hadari, *Metode penelitian bidang sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 1998) hal. 78

¹⁰ ibid

3. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan yang diperoleh dan sampel ini hendak untuk digeneralisasikan.¹¹ Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen daging ayam yang berjumlah \pm 150 orang di pasar Lemabang Palembang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi atau seluruh populasi yang diselidiki.¹² Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen daging ayam yang berjumlah \pm 30 orang di pasar Lemabang Palembang.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada para responden. Metode ini dilakukan peneliti untuk mengetahui jawaban-jawaban yang lebih mendalam tentang kejadian sesungguhnya kepada para responden.¹³

¹¹ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research I*, Yayasan penerbitan Fakultas Ugm, Yogyakarta, 1986. Hal 70

¹² Hodari Nawawi, *Metodelogi Penelitian Bidang Sosial*, Gajah Mada Universitas Pers, Yogyakarta, 1991, hal 31

¹³ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian, suatu pendekatan praktek*, Rinekaa Cpita, Jakarta, Cet ke 12 2002, hal 2012

b. Pengamatan (observasi)

Adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Dengan observasi kita memperoleh gambaran yang lebih jelas sukar diperoleh dengan metode lain. Dalam hal ini penulis akan melakukan pengamatan langsung pada semua pihak yang terkait dengan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar lemabang Palembang.

c. Dokumentasi

Untuk lebih menyempurnakan penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dokumenter, yakni cara menggali data dengan melihat dokumen-dokumen yang ada hubungannya dengan pokok permasalahan, yakni catatan, artikel, dan lain-lain.

d. Analisa data

Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisa deskriptif kualitatif, langkah yang dilakukan adalah pengumpulan data.

e. Metode kuesioner (angket)

Angket yaitu suatu bentuk tanya jawab secara tertulis, dengan menggunakan daftar pertanyaan. Berdasarkan jawaban-jawaban yang

diperoleh dapat diketahui keadaan jiwa seseorang atau sejumlah orang.¹⁴

Metode angket ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang Analisis kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Dalam laporan penelitian ini, Sistematika penulisan ini dibagi dalam bentuk sebagai berikut:

1. Bab I. Didalam bab ini terdiri dari Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.
2. Bab II terdiri dari penelitian sebelumnya dan menjelaskan tentang beberapa pokok teori yang terkait dengan Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Daging Ayam Dipasar Lemabang Palembang.
3. Bab III dalam bab ini menjelaskan tentang gambaran umum, sejarah tempat penelitian, visi misi, struktur dan sebagainya.
4. Bab IV. Bab tersebut menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan. Yakni jawaban beserta analisis mengenai rumusan masalah bagaimana kepuasan konsumen terhadap

¹⁴ M.Dalyono, *op.cit*, hal 11

keputusan pembelian daging ayam di pasar Lemabang Palembang.

5. Bab terakhir, yakni bab IV berisi penutup, yang menjelaskan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU PUSTAKA

- Andreas Winardi, Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan, Yogyakarta:ANDI, 2001 Hal 41
- Bilsom Simamora, Membongkar Kotak Hitam Konsumen, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama,
- Dr. Lili Adi Wibowo, S.Pd.S.Sos.,M.M., Donni Juni Priansa, S.Pd.,S.E.,M.M.,QWP, Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran, Alfabeta, 2017 hal 301
- Fandy Tjiptana, Strategi Pemasaran, ANDI OFFSET:Yogyakarta, 2008, hal 24
- James G.Barnes, secrets of Relantionship Managemen, Edisi 1, Yogyakarta:Andi, 2003
- Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karabet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islam, Jakarta:Gema Insani, 2002, hal 166
- Sciffman, Leon G. & Leslie L. Manajemen Pemasaran.Jilid 1 Edisi Milenium:jakarta 2002
- Swastha,Basu&Handoko,Hani.ManajemenPemasaran-AnalisisPerilaku Konsumen.Yogyakarta.2011
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana.2003.Total Quality Manajemen.Edisi Revisi. Andy:Yogyakarta hal 104
- Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, Bogor:Ghalia Indonesia, 2011,
- Usi Usman, Pemikiran Kreatif Pemasaran, Yogyakarta:Amara Books, 2008,

B. WEBSITE

<https://dosenekonomi.com/ilmu-ekonomi/badan-usaha/perusahaan-persekutuan> diakses 20 oktober 2018

<https://www.hukumonline.com/pusatdata/>

<https://.id.m.wikipedia.org>

<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html?m=1> diakses 14 desember 2018

<http://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/209/10/31/fktr-pngarh-kep-pmblian/>

<http://pengertianahli.id/2014/08/pengertian-pelayanan-apa-itu-pelayanan.html> di akses 18 februari 2019

<http://www.jagoanhosting.com> di akses 18 februari 2019

Nayaakyasa“loyalitaspelanggan”,
<shttp://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/>diakses 19 desember 2018

<http://ken-kepuasan.blogspot.com/2009/06/analisis-kepuasan-pelanggan.html?m=1> diakses 18 februari 2019

<http://entrepreneurcamp.id/kepuasan-pelanggan/> diakses 18 februari 2019
Skripsi-manajemen.Blogspot.com

<http://www.freedomsiana.com/2016/11/pengertian-jual-beli-hukum-syarat-dan.html?m=1#> diakses 3 maret 2019

C. PENELITI SEBELUMNYA

Edwin Amanullah, Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Wingko Babat. (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang tahun 2013)

Grienda Agustin, Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada Minat Pembelian Ulang (Study Pada Konsumen Toserba Luwes Palur). Fakultas Ekonomi Sebelas Maret Surakarta Tahun 2011

Jurnal ilmiah agribisnis dan perikanan (agrikan UMMU-Ternate) volume 7 Edisi 1 mei 2014

Kinanti Galuh Poernamasari, Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Produk Fashion Online Pada Media Sosial (Instagram). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun 2017

Rosvita dua lembang, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The siap Minum*, Skripsi Sarjana Ekonomi, 2010, hal 17

Wahyu Ika Purnamasari, Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2015

Dokumen PD pasar Palembang jaya hal.38

Wawancara pedagang daging ayam di pasar Palembang tanggal 1 februari 2019